



РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА У СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ

ДОВІДНИК

Головне управління економіки Жи-
томирської облдержадміністрації

Житомирський національний агро-
екологічний університет

Громадська організація
«Сільськогосподарська дорадча служба
Житомирського національного агроекологічного університету»

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА У СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ

Довідник

Київ 2012

Розвиток підприємництва у сільській місцевості / [В.М. Микитюк, О.В. Скидан, О.Д. Ковальчук та ін.]. — Київ: Вид-во «Центр учбової літератури», 2012. — 304 с.

Авторський колектив: Микитюк В.М., Скидан О.В., Ковальчук О.Д., Янчевський В.Л., Судак Г.В., Жерибор Л.Л.

Видання здійснено за сприяння Головного управління економіки Житомирської облдержадміністрації та у рамках виконання заходів Комплексної програми підтримки малого підприємництва у Житомирській області на 2011-2012 роки.

У довіднику висвітлено питання порядку організації підприємницької діяльності, особливостей дії спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності для суб'єктів підприємницької діяльності. Розкрито порядок складання бізнес-плану для започаткування підприємницької діяльності, розвитку сільськогосподарського підприємництва на кооперативних засадах та окремих несільськогосподарських видів підприємництва.

Наведено результати моніторингу підприємницького середовища в сільській місцевості Житомирської області та приклади успішного досвіду організації малого бізнесу на селі.

Для підприємців, працівників органів державної влади та місцевого самоврядування, усіх, хто бажає організувати власний бізнес.

ЗМІСТ

Частина 1. ОРГАНІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	4
1.1. Реєстрація в якості суб'єкта господарювання.....	4
1.2. Відповідальність за порушення законодавства у сфері малого бізнесу.....	7
1.3. Перевірки суб'єктів підприємницької діяльності.....	14
Частина 2. СПРОЩЕНА СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ, ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ ДЛЯ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	17
2.1. Загальні відомості про єдиний податок.....	17
2.2. Склад доходів платника єдиного податку.....	27
2.3. Ставки єдиного податку. Порядок, періодичність та строки сплати єдиного податку.....	30
2.4. Інші податки та збори, які сплачують платники єдиного податку...	31
2.5. Облік і звітність на спрощеній системі оподаткування.....	33
2.6. Податок на додану вартість та платники єдиного податку.....	36
2.7. Відповідальність за порушення при роботі на спрощеній системі оподаткування.....	39
Частина 3. ПОРЯДОК СКЛАДАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ДЛЯ ЗАПОЧАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	41
Частина 4. РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА КООПЕРАТИВНИХ ЗАСАДАХ.....	66
Частина 5. РОЗВИТОК НЕСІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ВИДІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА — СТВОРЕННЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ У СФЕРІ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ.....	78
Частина 6. ЗАГАЛЬНІ ПРАКТИЧНІ ПОРАДИ СУБ'ЄКТАМ ПІДПРИЄМНИЦТВА ЩОДО СПІЛКУВАННЯ З КОНТРОЛЮЮЧИМИ ОРГАНАМИ.....	183
Частина 7. МОНІТОРИНГ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА В СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ...	193
Частина 8. ПРИКЛАДИ УСПІШНОГО ДОСВІДУ ОРГАНІЗАЦІЇ МАЛОГО БІЗНЕСУ НА СЕЛІ.....	215
Частина 9. КОРИСНА ІНФОРМАЦІЯ.....	220
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	223
ДОДАТКИ.....	224

ЧАСТИНА 1

ОРГАНІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Реєстрація в якості суб'єкта господарювання

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

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

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

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

Реєстраційний збір становить 2 неоподатковуваних мінімуми доходів громадян (н.м.д.г), тобто 34 грн. На сьогодні один н.м.д.г. становить 17 грн.

Якщо документи для проведення державної реєстрації подаються особисто, державному реєстратору пред'являється паспорт. Державному реєстратору забороняється вимагати додаткові документи. Строк державної реєстрації фізичної особи становить 2 робочих дні з дати надходження документів для проведення державної реєстрації фізичної особи-підприємця.

Державна реєстрація юридичних осіб проводиться державним реєстратором виключно у виконавчому комітеті міської ради міста обласного значення або у районній, районній у містах Києві та Севастополі державній адміністрації за місцезнаходженням юридичної особи (адреса органу або особи, які відповідно до установчих документів юридичної особи чи закону виступають від її імені). Для проведення державної реєстрації юридичної особи засновник (засновники) або уповноважена ними особа повинні особисто подати державному реєстратору (надіслати рекомендованим листом з описом вкладення) такі документи:

1. Заповнену реєстраційну картку на проведення державної реєстрації юридичної особи.

2. Копію рішення засновників або уповноваженого ними органу про створення юридичної особи.

3. Два примірники установчих документів.

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

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

Документи, які подаються (надсилаються рекомендованим листом) державному реєстратору, повинні бути викладені державною мовою. Реєстраційна картка заповнюється машинодруком або від руки друкованими літерами. Якщо документи надсилаються державному реєстратору рекомендованим листом, підпис заявника на реєстраційній картці повинен бути нотаріально посвідчений.

Суб'єктами господарювання визнаються учасники господарських відносин, які здійснюють господарську діяльність, реалізуючи господарську компетенцію (сукупність господарських прав та обов'язків), мають відокремлене майно і несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями в межах цього майна, крім випадків, передбачених законодавством.

Суб'єкти господарювання:

1. Господарські організації — юридичні особи, створені відповідно до Цивільного кодексу України, державні, комунальні та інші підприємства, створені відповідно до цього Господарського кодексу України, а також інші юридичні особи, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані в установленому законом порядку.

2. Громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані відповідно до закону як підприємці. Суб'єкти господарювання реалізують свою господарську компетенцію на основі права власності, права господарського відання, права оперативного управління відповідно до визначення цієї компетенції у цьому Кодексі та інших законах.

Суб'єкти господарювання — господарські організації, які діють на основі права власності, права господарського відання чи оперативного управління, мають статус юридичної особи, що визначається цивільним законодавством та цим Кодексом.

Суб'єкти господарювання, зазначені у пункті першому частини другої цієї статті, мають право відкривати свої філії, представництва, інші відокремлені підрозділи без створення юридичної особи.

Суб'єкт господарювання може бути утворений за рішенням власника (власників) майна або уповноваженого ним (ними) органу, а у випадках, спеціально передбачених законодавством, також за рішенням інших органів, організацій і громадян шляхом заснування нового, реорганізації (злиття, приєднання, виділення, поділу, перетворення) діючого (діючих) суб'єкта господарювання з додержанням вимог законодавства.

Суб'єкти господарювання можуть утворюватися шляхом примусового поділу (виділення) діючого суб'єкта господарювання за розпорядженням антимонопольних органів відповідно до антимонопольно-конкурентного зако-

нодавства України. Створення суб'єктів господарювання здійснюється з дотриманням вимог антимонопольно-конкурентного законодавства.

Установчими документами суб'єкта господарювання є рішення про його утворення або засновницький договір, а у випадках, передбачених законом, статут (положення) суб'єкта господарювання.

В установчих документах повинні бути зазначені найменування суб'єкта господарювання, мета і предмет господарської діяльності, склад і компетенція його органів управління, порядок прийняття ними рішень, порядок формування майна, розподілу прибутків та збитків, умови його реорганізації та ліквідації, якщо інше не передбачено законом.

У засновницькому договорі засновники зобов'язуються утворити суб'єкт господарювання, визначають порядок спільної діяльності щодо його утворення, умови передачі йому свого майна, порядок розподілу прибутків і збитків, управління діяльністю суб'єкта господарювання та участі в ньому засновників, порядок вибуття та входження нових засновників, інші умови діяльності суб'єкта господарювання, які передбачені законом, а також порядок його реорганізації та ліквідації відповідно до закону.

Статут суб'єкта господарювання повинен містити відомості про його найменування, мету і предмет діяльності, розмір і порядок утворення статутного та інших капіталів, порядок розподілу прибутків і збитків, про органи управління і контролю, їх компетенцію, про умови реорганізації та ліквідації суб'єкта господарювання, а також інші відомості, пов'язані з особливостями організаційної форми суб'єкта господарювання, передбачені законодавством. Статут може містити й інші відомості, що не суперечать законодавству. Положенням визначається господарська компетенція органів державної влади, органів місцевого самоврядування чи інших суб'єктів у випадках, визначених законом.

Статут (положення) затверджується власником майна (засновником) суб'єкта господарювання чи його представниками, органами або іншими суб'єктами відповідно до закону.

Суб'єкт господарювання підлягає державній реєстрації як юридична особа чи фізична особа — підприємець у порядку, визначеному законом. Відкриття суб'єктом господарювання філій (відділень), представництв без створення юридичної особи не потребує їх державної реєстрації. Відомості про відокремлені підрозділи суб'єктів господарювання залучаються до її реєстраційної справи та включаються до Єдиного державного реєстру в порядку, визначеному законом.

Окремі види підприємницької діяльності підлягають ліцензуванню. Згідно Закону України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» ліцензія — документ державного зразка, який засвідчує право ліцензіата на провадження зазначеного в ньому виду господарської діяльності протягом визначеного строку за умови виконання ліцензійних умов, якими є установлені з урахуванням вимог законів вичерпний перелік організаційних, кваліфікаційних та інших спеціальних вимог, обов'язкових для виконання при провадженні видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню.

Ліцензія видається органом ліцензування, а саме, органом виконавчої влади, визначеним Кабінетом Міністрів України, або спеціально уповноваженим виконавчим органом рад для ліцензування певних видів господарської діяльності. Ліцензія є платним документом. Види господарської діяльності, які підлягають ліцензуванню, визначені Законом України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності».

Ще одним засобом державного регулювання у сфері господарювання є патентування підприємницької діяльності, яке здійснюється органами Державної податкової служби шляхом продажу торгових патентів. Торговий патент — державне свідоцтво, яке засвідчує право СПД чи його структурного (відокремленого) підрозділу займатися зазначеними у Податковому кодексі України видами підприємницької діяльності.

Відповідно до чинного законодавства патентуванню підлягає:

- а) торговельна діяльність у пунктах продажу товарів;
- б) діяльність з надання платних побутових послуг за переліком, визначеним Кабінетом Міністрів України;
- в) торгівля валютними цінностями у пунктах обміну іноземної валюти;
- г) діяльність у сфері розваг (крім проведення державних грошових лотерей).

Рекомендуємо ознайомитись: стаття 267 Податкового кодексу України.

Чинним законодавством України крім викладених вище процедур легалізації, ліцензування та патентування підприємницької діяльності, передбачено ряд регуляторних процедур дозвільного характеру, які необхідні для започаткування та провадження підприємницької діяльності. На практиці громіздкість та нерегульованість таких процедур є суттєвою перешкодою СПД для провадження нормальної господарської діяльності. На практиці СПД найчастіше стикаються із необхідністю одержання дозволів органів пожежного нагляду, нагляду за охороною праці, державної санітарно-епідеміологічної служби та дозволів на розміщення малих архітектурних форм.

1.2. Відповідальність за порушення законодавства у сфері малого бізнесу

Господарське правопорушення — це протиправна дія або бездіяльність суб'єкта підприємницької діяльності, яка не відповідає вимогам права, не узгоджується з юридичними обов'язками зазначеного суб'єкта, порушує права іншого учасника відносин або третіх осіб. За здійснення правопорушень у сфері господарської діяльності суб'єктам підприємницької діяльності передбачається юридична відповідальність. Зокрема в Кодексі України про адміністративні порушення передбачені такі правопорушення, що передбачають адміністративну відповідальність:

1. Адміністративні правопорушення в галузі охорони праці і здоров'я населення. Серед них:

- порушення вимог законодавства про працю та про охорону праці;
- виробництво, заготівля, реалізація сільськогосподарської продукції, що містить хімічні препарати понад гранично допустимі рівні концентрації;

- порушення встановленого порядку взяття, переробки, зберігання, реалізації і застосування донорської крові та (або) її компонентів і препаратів;
- порушення вимог режиму радіаційної безпеки в місцевостях, що зазнали радіоактивного забруднення та інші.

2. Адміністративні правопорушення, що посягають на власність. Серед них:

- порушення права державної власності на надра, води, ліси, тваринний світ;
- порушення прав на об'єкт права інтелектуальної власності;
- Ухилення від відшкодування майнової шкоди, заподіяної злочином підприємствам, установам, організаціям або громадянам та інші.

3. Адміністративні правопорушення в галузі охорони природи, використання природних ресурсів, охорони пам'яток історії та культури. Серед них:

- псування і забруднення сільськогосподарських та інших земель;
- порушення правил використання земель;
- самовільне зайняття земельної ділянки;
- порушення вимог щодо охорони надр;
- незаконне використання земель державного лісового фонду;
- недодержання вимог щодо охорони атмосферного повітря при введенні в експлуатацію і експлуатації підприємств і споруд;
- порушення правил складування, зберігання, розміщення, транспортування, утилізації, ліквідації та використання відходів;
- порушення законодавства про захист рослин;
- порушення правил використання об'єктів тваринного світу;
- незаконне вивезення з України і ввезення на її територію об'єктів тваринного і рослинного світу;
- порушення правил охорони та використання територій та об'єктів природно-заповідного фонду;
- порушення правил охорони і використання пам'яток історії та культури та інші.

4. Адміністративні правопорушення в промисловості, будівництві та у сфері використання паливно-енергетичних ресурсів. Серед них:

- порушення вимог законодавчих та інших нормативних актів з безпечного ведення робіт у галузях промисловості;
- порушення вимог законодавчих та інших нормативних актів про зберігання, використання та облік вибухових матеріалів у галузях промисловості;
- недодержання державних стандартів, норм і правил під час проектування і будівництва;
- самовільне будівництво будинків або споруд;
- марнотратне витрачання паливно-енергетичних ресурсів;
- пошкодження газопроводів при провадженні робіт та інші.

5. Адміністративні правопорушення у сільському господарстві. Порушення ветеринарно-санітарних правил. Серед них:

- порушення порядку та умов ведення насінництва та розсадництва;
- порушення правил щодо боротьби з карантинними шкідниками і хворобами рослин та бур'янами;

- нежиття заходів щодо забезпечення охорони посівів снотворного маку чи конопель, місць їх зберігання та переробки;

- порушення законодавства про племінну справу у тваринництві;
- грубе порушення механізаторами правил технічної експлуатації сільськогосподарських машин і техніки безпеки та інші.

6. Адміністративні правопорушення на транспорті, в галузі шляхового господарства і зв'язку. Серед них:

- порушення правил по охороні порядку і безпеки руху на залізничному транспорті;

- порушення правил безпеки польотів;

- порушення правил по охороні порядку і безпеки руху на річковому транспорті і маломірних суднах;

- порушення правил пожежної безпеки на залізничному, морському, річковому і повітряному транспорті;

- порушення водіями правил експлуатації транспортних засобів, правил користування ремнями безпеки або мотошоломами;

- експлуатація водіями транспортних засобів, номери агрегатів яких не відповідають записам у реєстраційних документах;

- перевищення водіями транспортних засобів швидкості руху, невиконання сигналів регулювання дорожнього руху, порушення правил перевезення людей та інших правил дорожнього руху;

- порушення водіями правил дорожнього руху, що спричинило пошкодження транспортних засобів, вантажів, шляхів, шляхових споруд чи іншого майна;

- випуск на лінію транспортних засобів, технічний стан яких не відповідає встановленим вимогам;

- керування транспортними засобами або суднами особами, які перебувають у стані сп'яніння;

- порушення правил надання послуг пасажирського автомобільного транспорту;

- порушення умов і правил здійснення міжнародних автомобільних перевезень пасажирів і вантажів;

- порушення умов і правил, що регламентують діяльність у сфері телекомунікацій, поштового зв'язку та користування радіочастотним ресурсом України, передбачену ліцензіями та інші.

- порушення правил користування жилими будинками і жилими приміщеннями;

- порушення правил благоустрою територій міст та інших населених пунктів;

- знищення або пошкодження зелених насаджень або інших об'єктів озеленення населених пунктів та інші.

8. Адміністративні правопорушення в галузі торгівлі, громадського харчування, сфері послуг, в галузі фінансів і підприємницькій діяльності. Серед них:

- порушення правил торгівлі і надання послуг працівниками торгівлі, громадського харчування та сфери послуг, громадянами, які займаються підприємницькою діяльністю;

- порушення порядку проведення розрахунків;
- порушення правил торгівлі алкогольними напоями і тютюновими виробами;
- порушення законодавства про захист прав споживачів;
- порушення правил торгівлі на ринках;
- порушення правил про валютні операції;
- неподання або несвоєчасне подання платіжних доручень на перерахування належних до сплати податків та зборів (обов'язкових платежів);
 - невиконання законних вимог посадових осіб органів державної податкової служби;
 - порушення порядку утримання та перерахування податку на доходи фізичних осіб і подання відомостей про виплачені доходи;
 - порушення порядку заняття господарською діяльністю;
 - порушення законодавства з фінансових питань;
 - недобросовісна конкуренція;
 - зберігання або транспортування алкогольних напоїв чи тютюнових виробів, на яких немає марок акцизного збору встановленого зразка;
 - порушення умов розповсюдження і демонстрування фільмів, передбачених державним посвідченням на право розповсюдження і демонстрування фільмів;
 - недотримання квоти демонстрування національних фільмів при використанні національного екранного часу;
 - порушення законодавства, що регулює здійснення операцій з металобрухтом;
 - порушення законодавства, що регулює виробництво, експорт, імпорту дисків для лазерних систем зчитування, експорт, імпорту обладнання чи сировини для їх виробництва;
 - ухилення від реєстрації в органах Пенсійного фонду України платників обов'язкових страхових внесків та порушення порядку обчислення і сплати внесків на пенсійне страхування;
 - порушення порядку формування та застосування цін і тарифів;
 - порушення строку реєстрації як платника страхових внесків до Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття, несвоєчасна або неповна сплата страхових внесків;
 - порушення законодавства про загальнообов'язкове державне соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності;
 - ухилення від реєстрації як платника страхових внесків до Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності, несвоєчасна або неповна сплата страхових внесків, а також порушення порядку використання страхових коштів;
 - неправомірні угоди між підприємцями;
 - порушення порядку подання інформації та виконання рішень Антимонопольного комітету України та його територіальних відділень та інші.

9. Адміністративні правопорушення в галузі стандартизації, якості продукції, метрології та сертифікації. Серед них:

- випуск і реалізація продукції, яка не відповідає вимогам стандартів;
- випуск у продаж нестандартної продукції;
- недодержання стандартів при транспортуванні, зберіганні і використанні продукції;
- порушення правил виробництва, ремонту, продажу та прокату засобів вимірювальної техніки та інші.

10. Адміністративні правопорушення, що посягають на громадський порядок і громадську безпеку. Серед них:

- порушення встановлених законодавством вимог пожежної безпеки;
- виготовлення, придбання, зберігання або реалізація фальсифікованих алкогольних напоїв або тютюнових виробів та інші.

11. Адміністративні правопорушення, що посягають на встановлений порядок управління. Серед них:

- невиконання розпорядження державного або іншого органу про працевлаштування;
- ухилення від виконання законних вимог посадових осіб органів виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів;
- невиконання законних вимог органів спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади з нагляду за охороною праці;
- невиконання законних розпоряджень чи приписів посадових осіб органів, які здійснюють державний контроль у галузі охорони навколишнього природного середовища, використання природних ресурсів, радіаційної безпеки або охорону природних ресурсів;
- невиконання приписів та постанов посадових осіб органів державного пожежного нагляду;
- невиконання законних вимог посадових осіб органів виконавчої влади у сфері стандартизації, метрології та сертифікації;
- порушення правил відкриття та функціонування штемпельно-граверних майстерень;
- порушення правил виготовлення та порядку обліку і зберігання печаток та штампів, а так само виготовлення, ввезення, реалізація та використання самонабірних печаток;
- порушення порядку виробництва, зберігання, перевезення, торгівлі та використання піротехнічних засобів;
- прийняття на роботу без паспорта;
- прийняття на роботу військовозобов'язаних і призовників, які не перебувають на військовому обліку;
- невиконання вимог органів державного контролю за цінами та інші.

За вчинення адміністративних правопорушень можуть застосовуватись такі адміністративні стягнення:

- 1) попередження (вноситься в письмовій формі, окрім передбачених законом випадків);
- 2) штраф (грошове стягнення);
- 3) оплатне вилучення предмета, який став знаряддям вчинення або безпосереднім об'єктом адміністративного правопорушення (примусовому ви-

лученні за рішенням суду і наступній реалізації з передачею вирученої суми колишньому власникові з відрахуванням витрат по реалізації вилученого предмета);

4) конфіскація предмета, який став знаряддям вчинення або безпосереднім об'єктом адміністративного правопорушення (в примусовій безоплатній передачі цього предмета у власність держави за рішенням суду. Конфісковано може бути лише предмет, який є у приватній власності порушника, якщо інше не передбачено законами України); грошей, одержаних внаслідок вчинення адміністративного правопорушення;

5) позбавлення спеціального права, наданого даному громадянину (застосовується на строк до трьох років за грубе або систематичне порушення порядку користування цим правом) — права керування транспортними засобами, права полювання;

б) виправні роботи (на строк до двох місяців з відбуванням їх за місцем постійної роботи особи, яка вчинила адміністративне правопорушення, і з відрахуванням до двадцяти процентів її заробітку в доход держави);

7) адміністративний арешт (застосовується лише у виняткових випадках за окремі види адміністративних правопорушень на строк до п'ятнадцяти діб).

В Кримінальному кодексі України також передбачена кримінальна відповідальність за вчинені господарські злочини. Серед них є такі:

- випуск або реалізація недоброякісної продукції;
- злочинно-недбале використання або зберігання сільськогосподарської техніки;
- злочинно-недбале зберігання зерна та насіння олійних культур;
- заняття забороненими видами підприємницької діяльності;
- ухилення від сплати податків, зборів, інших обов'язкових платежів;
- порушення порядку заняття підприємницькою діяльністю;
- фіктивне підприємництво;
- шахрайство з фінансовими ресурсами;
- незаконне збирання з метою використання або використання відомостей, що становлять комерційну таємницю;
- розголошення комерційної таємниці;
- порушення порядку випуску (емісії) та обігу цінних паперів;
- виготовлення спиртних напоїв і торгівля ними;
- підробка знаків поштової оплати і проїзних квитків;
- незаконне виготовлення, підробка, використання або збут незаконно виготовлених і одержаних чи піддроблених контрольних марок для маркування упаковок примірників аудіовізуальних творів та фонограм;
- порушення законодавства, що регулює здійснення операцій з металобрухтом;
- спекуляція;
- обман покупців;
- обман замовників;
- одержання незаконної винагороди від громадян за виконання робіт, зв'язаних з обслуговуванням населення;

- порушення правил торгівлі;
- штучне підвищення і підтримання високих цін на товари народного споживання та послуги населенню;
- незаконна торговельна діяльність;
- зговір про фіксування цін;
- протидія законній підприємницькій діяльності;
- порушення встановленого порядку промислової переробки або знищення конфіскованих спирту, алкогольних напоїв чи тютюнових виробів;
- приховування банкрутства;
- фіктивне банкрутство;
- доведення до банкрутства;
- порушення ветеринарних правил;
- порушення правил по боротьбі з хворобами і шкідниками рослин;
- незаконна порубка лісу;
- незаконне заняття рибним, звіриним або іншим водним добувним промыслом;
- незаконне видобування корисних копалин;
- порушення вимог законодавства про охорону праці;
- порушення прав на об'єкт права інтелектуальної власності та інші злочини та інші.

За вчинені особами злочини передбачені такі види покарань:

- позбавлення волі на певний строк;
- виправні роботи без позбавлення волі;
- позбавлення права займати певні посади або займатися певною діяльністю;
- штраф;
- громадська догана
- конфіскація майна.

Згідно Податкового кодексу України платники податків та зборів (обов'язкових платежів) зобов'язані:

1) вести бухгалтерський облік, складати звітність про фінансово-господарську діяльність і забезпечувати її зберігання у терміни, встановлені законами;

2) подавати до державних податкових органів та інших державних органів відповідно до законів декларації, бухгалтерську звітність та інші документи і відомості, пов'язані з обчисленням і сплатою податків і зборів (обов'язкових платежів);

3) сплачувати належні суми податків і зборів (обов'язкових платежів) у встановлені законами терміни;

4) допускати посадових осіб державних податкових органів до обстеження приміщень, що використовуються для одержання доходів чи пов'язані з утриманням об'єктів оподаткування, а також для перевірок з питань обчислення і сплати податків і зборів (обов'язкових платежів).

Обов'язок фізичної особи щодо сплати податків і зборів (обов'язкових платежів) припиняється із сплатою податку і збору (обов'язкового платежу) або його скасуванням, а також у разі смерті платника.

Платники податків і зборів (обов'язкових платежів) наділені такими правами:

1) подавати державним податковим органам документи, що підтверджують право на пільги щодо оподаткування у порядку, встановленому законами України;

2) одержувати та ознайомлюватися з актами перевірок, проведених державними податковими органами;

3) оскаржувати у встановленому законом порядку рішення державних податкових органів та дії їх посадових осіб.

Відповідальність за правильність обчислення, своєчасність сплати податків і зборів (обов'язкових платежів) і додержання законів про оподаткування несуть платники податків і зборів (обов'язкових платежів) відповідно до законів України. Фінансові санкції за наслідками документальних перевірок та ревізій, які здійснюються органами державної податкової служби України та іншими уповноваженими державними органами, застосовуються у розмірах, передбачених законодавчими актами, чинними на день завершення таких перевірок або ревізій.

Пеня — плата у вигляді процентів, нарахованих на суму податкового боргу (без урахування пені), що справляється з платника податків у зв'язку з несвоєчасним погашенням податкового зобов'язання. Штрафна (фінансова) санкція (штраф) — плата у фіксованій сумі або у вигляді відсотків від суми податкового зобов'язання (без урахування пені та штрафних санкцій), яка справляється з платника податків у зв'язку з порушенням ним правил оподаткування, визначених відповідними законами та іншими нормативно-правовими актами.

1.3. Перевірки суб'єктів підприємницької діяльності

В Україні на сьогоднішній день існує велике кількість контролюючих органів, які мають право перевіряти суб'єктів підприємницької діяльності. Їхні повноваження встановлюються законами, підзаконними нормативними актами і є різні в кожного контролюючого органу.

Підприсмець у своїй господарській діяльності може керуватися наступним принципом відповідно до основних засад законодавства: «дозволено все, що не заборонено законом», а при спілкуванні з контролюючими органами враховувати, що для них, як для державних службовців «дозволено те, що прямо передбачено законом».

Тому, впроваджуючи свій бізнес, суб'єкт підприємницької діяльності, знайомлячись з законодавством, повинен, з однієї сторони, звертати увагу на свої обов'язки, обмеження, заборони, а з другої сторони на повноваження та права контролюючих органів.

Перевірки фінансово-господарської діяльності суб'єктів підприємництва поділяються на виїзні і невиїзні (камеральні). Згідно із п. 1 Указу Президента України від 23.07.98 р. № 817 «Про деякі заходи з дерегулювання під-

приємницької діяльності» виїзні перевірки поділяються на планові і позапланові.

Планова виїзна перевірка — це перевірка, яка передбачена в плані роботи контролюючого органу і проводиться за місцезнаходженням суб'єкта підприємства чи за місцем розташування об'єкта власності, стосовно якого проводиться така планова виїзна перевірка. Вона проводиться не частіше одного разу на календарний рік. Відповідно до Указу Президента, Порядку координації проведення планових виїзних перевірок фінансово-господарської діяльності суб'єктів підприємницької діяльності контролюючими органами, затвердженого постановою КМУ від 29 січня 1999 р. № 112 та Постанови Кабінету Міністрів України «Про внесення змін до Порядку координації проведення планових виїзних перевірок фінансово-господарської діяльності суб'єктів підприємницької діяльності контролюючими органами» від 15 жовтня 2003 р. № 1625, планові виїзні перевірки фінансово-господарської діяльності суб'єктів підприємницької діяльності проводяться одночасно всіма контролюючими органами в день, визначений та письмово повідомлений суб'єкту підприємства за 10 днів до початку перевірки. Нагадаємо також, що Постанова визначає дві підстави неможливості проведення одночасної перевірки всіма контролюючими органами:

- 1) відсутність умов праці для осіб, які перевіряють;
- 2) неможливість спільної роботи працівників суб'єкта підприємницької діяльності, що перевіряється, одночасно з тими, хто перевіряє.

У разі виникнення таких умов перевірки проводяться в різні строки, погоджені контролюючими органами із суб'єктом підприємницької діяльності. Постанова не визначає терміни такого погодження, проте вказує на його обов'язковість. Якщо погодження планів-графіків з відповідним органом державної податкової служби в частині проведення одночасної перевірки не відбулось, суб'єкт підприємницької діяльності має право не допускати осіб, які перевіряють, на об'єкт перевірки. Постанова обмежує в часі проведення перевірок контролюючими органами. Так, пріоритетними визнаються встановлені органами державної податкової служби строки, які не перевищують 30 робочих днів.

Продовження строків проведення перевірки не допускається інакше як за рішенням керівника контролюючого органу вищого рівня. Постанова забороняє зміну планів-графіків суб'єкта підприємницької діяльності, що перевіряється, та зміну строків проведення планових виїзних перевірок. Про зміни, що вносяться до планів-графіків, інформуються відповідні контролюючі органи в триденний термін з моменту прийняття такого рішення. Формування планів-графіків проведення планових виїзних перевірок здійснюється щоквартально всіма контролюючими органами за місцезнаходженням суб'єктів підприємницької діяльності.

Оперативна і позапланова перевірка — практично одне й те ж. Позаплановою виїзною перевіркою вважається перевірка, яка не передбачена в планах роботи контролюючого органу і проводиться за наявності хоча б однієї з таких обставин: за наслідками зустрічних перевірок виявлено факти, які

свідчать про порушення суб'єктом підприємницької діяльності норм законодавства; суб'єктом підприємництва не подано у встановлені строки документи обов'язкової звітності; виявлено недостовірність даних, заявлених у документах обов'язкової звітності; суб'єкт підприємницької діяльності подав у встановленому порядку скаргу про порушення законодавства посадовими особами контролюючого органу під час проведення планової чи позапланової виїзної перевірки; у разі виникнення потреби в перевірці відомостей, отриманих від особи, яка мала правові відносини з суб'єктом підприємницької діяльності, якщо суб'єкт підприємницької діяльності не надасть пояснення та їх документальні підтвердження на обов'язковий письмовий запитий контролюючого органу протягом трьох робочих днів від дня отримання запиту; проводиться реорганізація (ліквідація) підприємства.

Таким чином, якщо вас викликають у податкову «на перевірку», це означає, що ця перевірка — позапланова і невиїзна. Причому підприємство, відповідно до ЗУ «Про державну податкову службу в Україні», не може відмовитися від невиїзної перевірки, тому що зобов'язане подавати на вимогу податкової інспекції будь-яку інформацію, пов'язану з обчисленням і сплатою податків. Крім вказаного вище, перевірка може також проводитись на особисте прохання підприємства або в разі проведення перевірки відповідно до кримінально-процесуального законодавства.

ЧАСТИНА 2

СПРОЩЕНА СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ, ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ ДЛЯ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1. Загальні відомості про єдиний податок

З 01 січня 2012 року набрала чинності глава 1 «Спрощена система оподаткування, обліку та звітності» розділу XIV ПКУ, якою встановлено правові засади застосування спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності для суб'єктів підприємницької діяльності. Згідно зі змінами, внесеними до ПКУ Законом України від 04.11.2011р. №4014-VI «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності», який набрав чинності з 01.01.2012 р., не передбачено справляння фіксованого податку. Фізичні особи-підприємці, які сплачували фіксований податок, можуть бути платниками єдиного податку I групи за умови відповідності визначених для цієї групи критеріїв (або платниками II чи III групи) та на підставі поданої заяви до ДПС і отриманого свідоцтва платника єдиного податку. Позитивними змінами спрощеної системи оподаткування є наступні: відсутня доплата за найманих працівників для фізичних осіб-підприємців (до 01.01.2012р. доплата за кожного найманого працівника становила 50% ставки єдиного податку); виключено статтю 139.1.12 ПКУ, яка забороняла відносити на податкові витрати вартість товарів (робіт, послуг), придбаних у платників єдиного податку; збільшено граничний розмір доходу, який дозволяє бути платником єдиного податку; дозволено роздрібний продаж пива та столових вин; фізичні особи I та II груп, які не мають найманих працівників, можуть не сплачувати єдиний податок на період відпустки (не більше одного місяця на рік) та у разі хвороби (якщо вона триває більше 30 календарних днів); можуть бути платниками ПДВ фізичні особи III групи; свідоцтва платника єдиного податку видаються безстроково.

Несприятливими нововведеннями для суб'єктів підприємницької діяльності, які обрали спрощену систему оподаткування, є: «прив'язка» ставок єдиного податку для фізичних осіб I та II груп до розміру мінімальної заробітної плати (яка щороку зростає); ускладнена співпраця юридичних осіб на загальній системі оподаткування з платниками єдиного податку через наявність норми, відповідно до якої платники податку разом з відповідною податковою декларацією подають органу державної податкової служби перелік доходів та витрат платника податку у розрізі контрагентів — платників єдиного податку, до якого включаються операції, здійснені таким контрагентом; розширено перелік видів діяльності, які не можна здійснювати платникам єдиного податку; у разі здійснення господарської діяльності на території більш як однієї міської ради застосовується максимальний розмір ставки єдиного податку, встановлений для відповідної групи таких платників; у разі

наявності об'єкта оподаткування необхідно сплачувати плату за надра, збір за спеціальне використання води, збір за спеціальне використання лісових ресурсів.

Зведена інформація про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності відповідно до ПКУ наведена в додатку 1.

Групи платників єдиного податку. Нововведенням є поділ суб'єктів господарювання, які застосовують спрощену систему оподаткування, обліку та звітності, на чотири групи платників єдиного податку. Перші три групи — це платники єдиного податку, які зареєстровані як фізичні особи-підприємці, четверта група — це юридичні особи. Кожна з груп має свої особливості, про які йтиметься нижче. На рис. 1 відображено групи платників єдиного податку.

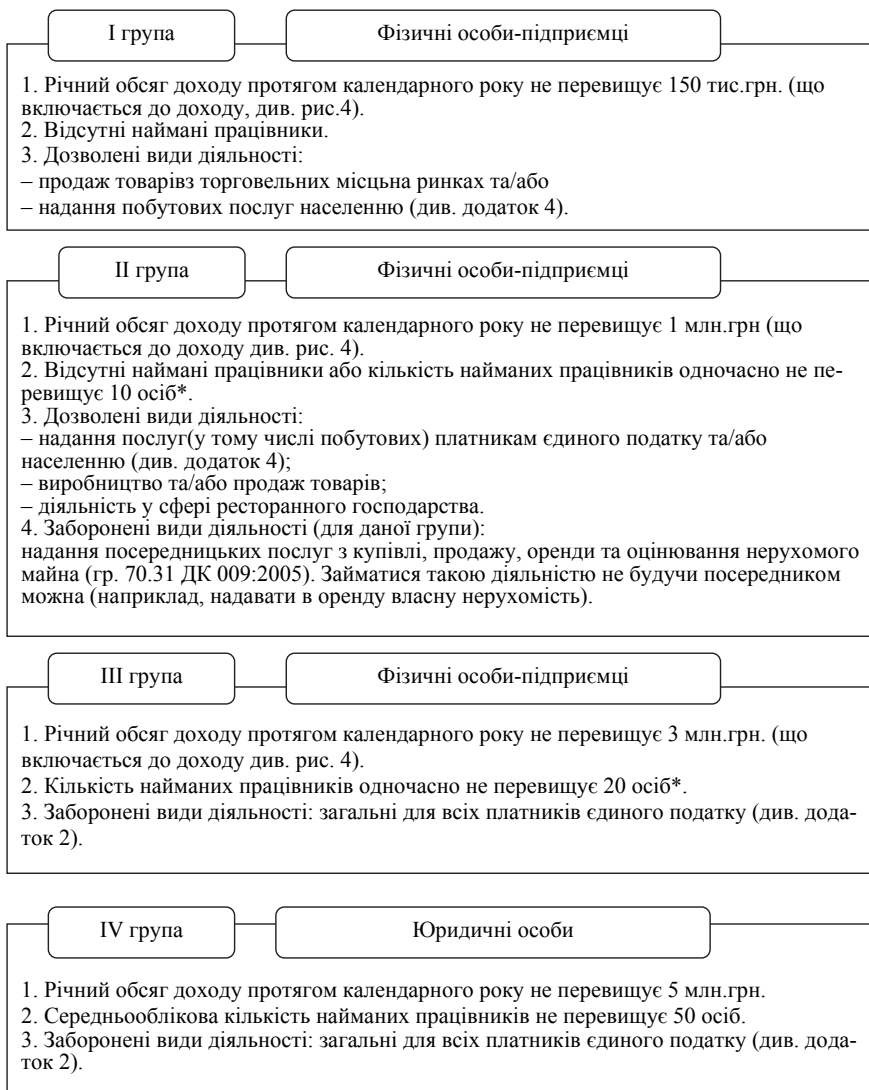
Дозволені та заборонені види діяльності для платників єдиного податку. Податковим кодексом України передбачені загальні обмеження для всіх суб'єктів господарювання на спрощеній системі оподаткування, а саме:

- визначено перелік суб'єктів господарювання (фізичних осіб-підприємців та юридичних осіб), які можуть бути платниками єдиного податку;
- визначено перелік заборонених видів діяльності для всіх платників єдиного податку.

Зведена таблиця з відображенням дозволених та заборонених видів діяльності для всіх груп платників єдиного податку наведена в додатку 3.

ПКУ визначено 40 видів побутових послуг, які можуть надаватися I та II групами платників єдиного податку, а саме:

- 1) виготовлення взуття за індивідуальним замовленням;
- 2) послуги з ремонту взуття;
- 3) виготовлення швейних виробів за індивідуальним замовленням;
- 4) виготовлення виробів із шкіри за індивідуальним замовленням;
- 5) виготовлення виробів з хутра за індивідуальним замовленням;
- 6) виготовлення спіднього одягу за індивідуальним замовленням;
- 7) виготовлення текстильних виробів та текстильної галантереї за індивідуальним замовленням;
- 8) виготовлення головних уборів за індивідуальним замовленням;
- 9) додаткові послуги до виготовлення виробів за індивідуальним замовленням;
- 10) послуги з ремонту одягу та побутових текстильних виробів;
- 11) виготовлення та в'язання трикотажних виробів за індивідуальним замовленням;
- 12) послуги з ремонту трикотажних виробів;
- 13) виготовлення килимів та килимових виробів за індивідуальним замовленням;
- 14) послуги з ремонту та реставрації килимів та килимових виробів;
- 15) виготовлення шкіряних галантерейних та дорожніх виробів за індивідуальним замовленням;
- 16) послуги з ремонту шкіряних галантерейних та дорожніх виробів;
- 17) виготовлення меблів за індивідуальним замовленням;



*При розрахунку загальної кількості осіб, які перебувають у трудових відносинах із фізичною особою-підприємцем, не враховуються наймані працівники, які перебувають у відпустці у зв'язку з вагітністю і пологами та у відпустці по догляду за дитиною до досягнення нею передбаченого законодавством віку.

Рис. 1. Групи платників єдиного податку

- 18) послуги з ремонту, реставрації та поновлення меблів;
- 19) виготовлення теслярських та столярних виробів за індивідуальним замовленням;

Суб'єкти господарювання, які не можуть бути платниками єдиного податку, та заборонені види діяльності

Суб'єкти господарювання	Види діяльності (для всіх суб'єктів господарювання)*
Фізичні особи-підприємці, які здійснюють технічні дослідження та випробування	Діяльність з організації, проведення азартних ігор
Фізичні особи-підприємці, які здійснюють діяльність у сфері аудиту	Обмін іноземної валюти
Фізичні особи-підприємці, які надають в оренду: - земельні ділянки, загальна площа яких перевищує 0,2 га; - житлові приміщення, загальна площа яких перевищує 100 м. кв.; - нежитлові приміщення (споруди, будівлі) та/або їх частини, загальна площа яких перевищує 300 м. кв	Виробництво, експорт, імпорт, продаж під-акцизних товарів (крім роздрібного продажу паливно-мастильних матеріалів в ємностях до 20 л. та діяльності фізичних осіб, пов'язаної з роздрібним продажем пива та столових вин)
Страхові (перестрахові) брокери, банки, кредитні спілки, ломбарди, лізингові компанії, довірчі товариства, страхові компанії, установи накопичувального пенсійного забезпечення, інвестиційні фонди і компанії, інші фінансові установи, визначені законом	Видобуток, виробництво, реалізація дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, у тому числі органогенного утворення
Ресстратори цінних паперів	Видобуток, реалізація корисних копалин
Суб'єкти господарювання, у статутному капіталі яких сукупність часток, що належать юридичним особам, які не є платниками єдиного податку, дорівнює або перевищує 25%	Діяльність у сфері фінансового посередництва, крім діяльності у сфері страхування, яка здійснюється страховими агентами, визначеними Законом України «Про страхування», сюрвейерами, аварійними комісарами та аджастерами, визначені розділом III ПКУ
Представництва, філії, відділення та інші відокремлені підрозділи юридичної особи, яка не є платником єдиного податку	Діяльність з управління підприємствами
Фізичні та юридичні особи — нерезиденти	Діяльність з надання послуг пошти та зв'язку
Суб'єкти господарювання, які на день подання заяви про реєстрацію платником єдиного податку мають податковий борг, крім безнадійного податкового боргу, що виник внаслідок дії обставин непереборної сили (форс-мажорних обставин)	Діяльність з продажу предметів мистецтва та антикваріату, діяльність з організації торгів (аукціонів) виробами мистецтва, предметами колекціонування та антикваріату
	Діяльність з організації, проведення гастролювальних заходів
	Технічні дослідження та випробування (для фізичних осіб-підприємців)
	Діяльність у сфері аудиту (для фізичних осіб-підприємців)
	Надання в оренду земельних ділянок, загальна площа яких перевищує 0,2 га, житлових приміщень, загальна площа яких перевищує 100 м. кв., нежитлових приміщень (споруди, будівлі) та/або їх частин, загальна площа яких перевищує 300 м. кв. (для фізичних осіб-підприємців)

*відповідність вказаних видів діяльності кодам КВЕД-2010 наведено в додатку 2.

- 20) технічне обслуговування та ремонт автомобілів, мотоциклів, моторо-лерів і мопедів за індивідуальним замовленням;
- 21) послуги з ремонту радіотелевізійної та іншої аудіо- і відеоапаратури;
- 22) послуги з ремонту електропобутової техніки та інших побутових приладів;
- 23) послуги з ремонту годинників;
- 24) послуги з ремонту велосипедів;
- 25) послуги з технічного обслуговування і ремонту музичних інструментів;
- 26) виготовлення металовиробів за індивідуальним замовленням;
- 27) послуги з ремонту інших предметів особистого користування, домашнього вжитку та металовиробів;
- 28) виготовлення ювелірних виробів за індивідуальним замовленням;
- 29) послуги з ремонту ювелірних виробів;
- 30) прокат речей особистого користування та побутових товарів;
- 31) послуги з виконання фоторобіт;
- 32) послуги з оброблення плівок;
- 33) послуги з прання, оброблення білизни та інших текстильних виробів;
- 34) послуги з чищення та фарбування текстильних, трикотажних і ху-тових виробів;
- 35) вичинка хутрових шкур за індивідуальним замовленням;
- 36) послуги перукарень;
- 37) ритуальні послуги;
- 38) послуги, пов'язані з сільським та лісовим господарством;
- 39) послуги домашньої прислуги;
- 40) послуги, пов'язані з очищенням та прибиранням приміщень за інди-відуальним замовленням.

Перелік побутових послуг відповідно до кодів КВЕД, які надаються платниками єдиного податку I та II груп, наведено в додатку 4. Умови обрання, перебування та переходу на спрощену систему оподаткування. Суб'єкт господарювання, який є платником інших податків і зборів, може прийняти рішення про перехід на спрощену систему оподаткування один раз протягом календарного року шляхом подання (особисто або поштою) заяви до ДПІ не пізніше ніж за 15 календарних днів до початку наступного календарного кварталу. Перехід на спрощену систему оподаткування такого суб'єкта господарювання може бути здійснений за умови, якщо протягом календарного року, що передує періоду переходу на спрощену систему оподаткування, суб'єктом господарювання дотримано вимоги, встановлені в пункті 291.4 статті 291 глави 1 розділу XIV ПКУ (рис. 1).

Зареєстровані в установленому порядку фізичні особи-підприємці, які до закінчення місяця, в якому відбулася державна реєстрація, подали заяву щодо обрання спрощеної системи оподаткування та ставки єдиного податку, встановленої для I або II групи, вважаються платниками єдиного податку з першого числа місяця, наступного за місяцем, у якому виписано свідоцтво платника єдиного податку.

Зареєстровані в установленому законом порядку суб'єкти господарювання (новостворені), які до закінчення місяця, в якому відбулася державна реєстрація, подали заяву щодо обрання спрощеної системи оподаткування та ставки єдиного податку, встановленої для III або IV груп, вважаються платниками єдиного податку з дня їх державної реєстрації.

У разі зміни найменування юридичної особи, прізвища, імені, по батькові фізичної особи-підприємця або серії та номера паспорта (для фізичних осіб, які через свої релігійні переконання в установленому порядку відмовилися від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків) заява подається протягом місяця з дня виникнення таких змін.

У разі зміни податкової адреси суб'єкта господарювання, місця провадження господарської діяльності, видів господарської діяльності заява подається платниками єдиного податку I та II груп не пізніше 20 числа місяця, наступного за місяцем, у якому відбулися такі зміни.

У разі зміни податкової адреси суб'єкта господарювання, місця провадження господарської діяльності заява подається платниками єдиного податку III та IV груп разом з податковою декларацією за податковий (звітний) період, у якому відбулися такі зміни.

В табл. 2 відображено умови переходу на спрощену систему оподаткування як новостворених суб'єктів господарювання, так і вже діючих суб'єктів господарювання, які є платниками інших податків і зборів.

Свідоцтво платника єдиного податку: видача, отримання, анулювання. Для отримання Свідоцтва платника єдиного податку (далі — Свідоцтво) необхідно подати до ДПІ заяву щодо обрання або переходу на спрощену систему оподаткування (терміни подання заяви та отримання Свідоцтва наведено в табл. 2). На підставі поданої заяви у Свідоцтві вказуються такі відомості:

- найменування суб'єкта господарювання, код за ЄДРПОУ (для юридичної особи) або прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи-підприємця, ідентифікаційний номер (або серія та номер паспорта для фізичних осіб, які через свої релігійні переконання в установленому порядку відмовилися від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків);
 - дані документа, що підтверджують державну реєстрацію;
 - податкова адреса;
 - місце провадження господарської діяльності;
 - обрані види господарської діяльності згідно з кодами КВЕД-2005/2010, у разі здійснення виробництва — види товару (продукції);
 - дата (період) обрання або переходу на спрощену систему оподаткування;
 - ставка єдиного податку;
 - дата виписки Свідоцтва.

Свідоцтво видається безстроково виключно суб'єкту господарювання або уповноваженій ним особі та не може передаватися для провадження господарської діяльності іншим особам.

Платникам єдиного податку I та II груп, які провадять кілька видів господарської діяльності, на які встановлено різні ставки єдиного податку, видається одне Свідоцтво.

Таблиця 2

Перехід суб'єктів господарювання на спрощену систему оподаткування

Група	Суб'єкти господарювання	Термін подання заяви	Умови переходу	Стас платником єдиного податку	Термін видачі свідоцтва платника єдиного податку
I, II групи	Новостворені	До закінчення місяця, в якому відбулася державна реєстрація фізичної особи-підприємця	Дотримання вимог, встановлених для відповідної групи платників єдиного податку	З 1 числа місяця, наступного за місяцем, у якому вписано свідоцтво платника єдиного податку	У день отримання ДПІ щодо обрання спрощеної системи оподаткування
III, IV групи	Новостворені	До закінчення місяця, в якому відбулася державна реєстрація		З дня державної реєстрації	
I, II, III, IV групи	Діючі, які є платниками інших податків і зборів	Не пізніше ніж за 15 календарних днів до початку наступного календарного кварталу. Таке рішення може бути прийняте один раз протягом календарного року.	Якщо протягом календарного року, що передуює періоду переходу на спрощену систему оподаткування, суб'єктом господарювання дотримано вимоги, встановлені для відповідної групи платників єдиного податку	З 1 числа місяця, наступного за податковим (звітним) кварталом, в якому випи́сано свідоцтво платника єдиного податку	Протягом 10 календарних днів з дня подання заяви щодо обрання спрощеної системи оподаткування

Свідоцтво видається ДПІ безоплатно протягом 10 календарних днів з дня подання суб'єктом господарювання заяви.

Зареєстрованим в установленому законом порядку суб'єктам господарювання (новоствореним) та фізичним особам-підприємцям, які до закінчення місяця, в якому відбулася державна реєстрація, подали заяву щодо обрання спрощеної системи оподаткування та ставки єдиного податку, Свідоцтво видається у день отримання ДПІ заяви щодо обрання спрощеної системи оподаткування. У разі втрати або зіпсуття Свідоцтва платнику єдиного податку на підставі поданої заяви *видається дублікат* Свідоцтва протягом 10 календарних днів з дня подання такої заяви.

До раніше виданого Свідоцтва у день подання платником єдиного податку заяви ДПІ *вносить зміни* щодо:

• найменування суб'єкта господарювання (для юридичної особи), або прізвища, імені, по батькові фізичної особи — підприємця, або серії та номера паспорта (для фізичних осіб, які через свої релігійні переконання в установленому порядку відмовилися від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків);

- податкової адреси суб'єкта господарювання;
- місця провадження господарської діяльності;
- видів господарської діяльності та ставки єдиного податку.

У разі виникнення у платника єдиного податку таких обставин за бажанням платника раніше видане Свідоцтво може бути замінено та отримано нове Свідоцтво. До отримання нового Свідоцтва платник єдиного податку здійснює господарську діяльність на підставі раніше виданого Свідоцтва, яке повертається ДПІ у день отримання нового Свідоцтва.

Оригінал Свідоцтва зберігається у платника податку та пред'являється працівникам контролюючих органів, яким надано відповідні функціональні повноваження на проведення перевірки. Копія Свідоцтва повинна розміщуватися на робочому місці найманого працівника або суб'єкта господарської діяльності.

ДПІ може анулювати Свідоцтво за наявності певних обставин. Анульоване Свідоцтво підлягає поверненню до ДПІ протягом 10 днів з дня анулювання. У разі, якщо під час проведення перевірок представниками ДПІ виявлено порушення платником єдиного податку встановлених вимог, Свідоцтво анулюється на підставі акта перевірки. Погашення податкового боргу у разі його непогашення після анулювання Свідоцтва здійснюється на підставі глави 9 розділу II ПКУ. Зміна групи платників єдиного податку. Платник єдиного податку може змінити групу платників єдиного податку добровільно (за власним бажанням) або змушений це зробити в обов'язковому порядку. Платники єдиного податку I групи, які у календарному кварталі перевищили встановлений обсяг доходу (150 тис. грн.), з наступного календарного кварталу за заявою переходять на застосування ставки єдиного податку, визначеної для платників єдиного податку II або III груп, або відмовляються від спрощеної системи оподаткування. Платники єдиного податку II групи, які перевищили у податковому (звітному) періоді встановлений обсяг доходу (1 млн. грн.), в наступному податковому (звітному) кварталі за заявою переходять на застосування ставки єдиного податку, визначеної для платників єдиного податку III групи, або відмовляються від спрощеної системи оподаткування.

Вказані заяви подаються не пізніше 20 числа місяця, наступного за календарним кварталом, у якому допущено перевищення обсягу доходу. Платники єдиного податку III та IV груп, які перевищили у податковому (звітному) періоді встановлений обсяг доходу (3 млн. грн./5 млн. грн.) зобов'язані перейти на сплату інших податків і зборів з першого числа місяця, наступного за податковим (звітним) кварталом. Заяви про відмову від спрощеної системи оподаткування подаються не пізніше ніж за 10 календарних днів до початку нового календарного кварталу.

Умови для добровільного та обов'язкового переходу на іншу групу платників єдиного податку відображено в табл. 3.

Таблиця 3

Умови переходу на іншу групу платників єдиного податку

Група		Підстава	Термін подання заяви	Група, на яку переходять	Період переходу
<i>Добровільний перехід на іншу групу платника єдиного податку</i>					
I група	Прийняття рішення про збільшення кількості найманих працівників, здійснення видів діяльності, дозволених відповідно на II або III групах		Не пізніше ніж за 15 календарних днів до початку наступного календарного кварталу	II або III групи	З наступного календарного кварталу
II група				III група	
<i>Обов'язковий перехід на іншу групу платника єдиного податку</i>					
I група	Перевищення протягом календарного кварталу встановленого обсягу доходу (150 тис. грн.)		Не пізніше 20 числа місяця, наступного за календарним кварталом, у якому допущено перевищення обсягу доходу	II або III групи	З наступного календарного кварталу
II група	Перевищення протягом податкового (звітного) періоду встановленого обсягу доходу (1 млн. грн.)			III група або відмова від спрощеної системи	З наступного податкового (звітного) кварталу
III група	Перевищення протягом податкового (звітного) періоду встановленого обсягу доходу (відповідно 3 та 5 млн. грн.)		Не пізніше ніж за 10 календарних днів до початку нового календарного кварталу	Перехід на сплату інших податків і зборів	З першого числа місяця, наступного за податковим (звітним) кварталом
IV група					

Відмова від сплати єдиного податку. Для того, щоб відмовитися від спрощеної системи оподаткування суб'єкт господарювання подає до ДПІ заяву не пізніше, ніж за 10 календарних днів до початку того кварталу, з якого він бажає перейти на загальну систему оподаткування. Платники єдиного податку можуть самостійно відмовитися від спрощеної системи оподаткування у зв'язку з переходом на сплату інших податків і зборів, визначених ПКУ (за умови відсутності непогашених податкових зобов'язань чи податкового боргу з єдиного податку та/або інших податків і зборів, які платники єдиного податку сплачують відповідно до I глави XIV розділу ПКУ), з першого числа місяця, наступного за податковим (звітним) кварталом, у якому подано заяву щодо відмови від спрощеної системи оподаткування у зв'язку з переходом на сплату інших податків і зборів.

Платники єдиного податку зобов'язані перейти на сплату інших податків і зборів, визначених ПКУ, у таких випадках та в строки:

1) у разі перевищення протягом календарного року встановленого обсягу доходу платниками єдиного податку I і II груп (відповідно 150 тис.грн. та 1 млн. грн.) та нездійснення такими платниками переходу на застосування ін-

шої ставки — з першого числа місяця, наступного за податковим (звітним) кварталом, у якому відбулося таке перевищення;

2) у разі перевищення протягом календарного року обсягу доходу, встановленого підпунктом 3 пункту 291.4 статті 291 ПКУ (3 млн. грн.), платниками єдиного податку I і II груп, які використали право на застосування інших ставок, встановлених для III групи, — з першого числа місяця, наступного за податковим (звітним) кварталом, у якому відбулося таке перевищення;

3) у разі перевищення протягом календарного року встановленого обсягу доходу платниками єдиного податку III і IV груп (відповідно 3 млн. грн. та 5 млн. грн.) — з першого числа місяця, наступного за податковим (звітним) кварталом, у якому відбулося таке перевищення;

4) у разі застосування платником єдиного податку іншого способу розрахунків, ніж в грошовій формі (готівковій та/або безготівковій), — з першого числа місяця, наступного за податковим (звітним) періодом, у якому допущено такий спосіб розрахунків;

5) у разі здійснення видів діяльності, які не дають права застосовувати спрощену систему оподаткування, або невідповідності вимогам організаційно-правових форм господарювання — з першого числа місяця, наступного за податковим (звітним) періодом, у якому здійснювалися такі види діяльності або відбулася зміна організаційно-правової форми;

6) у разі перевищення чисельності фізичних осіб, які перебувають у трудових відносинах з платником єдиного податку, — з першого числа місяця, наступного за податковим періодом, у якому допущено таке перевищення;

7) у разі здійснення видів діяльності, не зазначених у свідоцтві платника єдиного податку — фізичної особи-підприємця, — з першого числа місяця, наступного за податковим (звітним) періодом, у якому здійснювалися такі види діяльності, а також у разі сплати до закінчення граничного строку погашення податкового боргу, що виник у платника єдиного податку протягом двох послідовних кварталів, — з першого числа місяця, наступного за податковим (звітним) періодом, у якому погашено такий податковий борг.

Умови відмови від спрощеної системи оподаткування в табл. 4.

Таблиця 4

Умови відмови від спрощеної системи оподаткування

Група	Підстава	Термін подання заяви	Період переходу
<i>Самостійна відмова від спрощеної системи оподаткування</i>			
Всі групи	Перехід на сплату інших податків і зборів. Умова переходу — відсутність непогашених податкових зобов'язань чи податкового боргу з єдиного податку та/або інших податків і зборів	Не пізніше, ніж за 10 календарних днів до початку нового календарного кварталу (року)	З 1 числа місяця, наступного за податковим (звітним) кварталом, у якому подано заяву щодо відмови від спрощеної системи оподаткування

<i>Обов'язковий перехід на сплату інших податків і зборів</i>			
I, II групи	Перевищення протягом календарного року встановленого обсягу доходу. Умова переходу — у разі нездійснення переходу на застосування іншої ставки	Не пізніше, ніж за 10 календарних днів до початку нового календарного кварталу (року)	3 1 числа місяця, наступного за податковим (звітним) кварталом, у якому відбулося таке перевищення
III група (ті, що стали платниками цієї групи, перейшовши з I або II груп)	Перевищення протягом календарного року встановленого обсягу доходу (3 млн грн.). Стосується платників єдиного податку I і II груп, які використали право на застосування інших ставок, встановлених для III групи		
III, IV групи	Перевищення протягом календарного року встановленого обсягу доходу		
Всі групи	У разі застосування платником єдиного податку іншого способу розрахунків, ніж готівковий та/або безготівковий		3 1 числа місяця, наступного за податковим (звітним) періодом, у якому допущено такий спосіб розрахунків
Всі групи	У разі здійснення видів діяльності, які не дають права застосовувати спрощену систему оподаткування, або невідповідності вимогам організаційно-правових форм господарювання		3 1 числа місяця, наступного за податковим (звітним) періодом, у якому здійснювалися такі види діяльності або відбулася зміна організаційно-правової форми
Всі групи	У разі перевищення чисельності фізичних осіб, які перебувають у трудових відносинах з платником єдиного податку		3 1 числа місяця, наступного за податковим (звітним) періодом, у якому допущено таке перевищення
I, II, III групи	У разі здійснення видів діяльності, не зазначених у свідоцтві платника єдиного податку		3 1 числа місяця, наступного за податковим (звітним) періодом, у якому здійснювалися такі види діяльності
Всі групи	У разі сплати до закінчення граничного строку погашення податкового боргу, що виник у платника єдиного податку протягом двох послідовних кварталів		3 1 числа місяця, наступного за податковим (звітним) періодом, у якому погашено такий податковий борг

2.2. Склад доходів платника єдиного податку

Доходом фізичної особи-підприємця — платника єдиного податку, є дохід, отриманий протягом податкового (звітного) періоду в грошовій формі (готівковій та/або безготівковій); матеріальній або нематеріальній формах.

Доходом юридичної особи — платника єдиного податку, є будь-який дохід, включаючи дохід представництв, філій, відділень такої юридичної особи,

отриманий протягом податкового (звітного) періоду в грошовій формі (готівкової та/або безготівкової), матеріальній або нематеріальній формах. До суми доходу за звітний період включається сума кредиторської заборгованості, за якою минув строк позовної давності, та вартість безоплатно отриманих протягом звітного періоду товарів (робіт, послуг).

При продажу основних засобів юридичними особами — платниками єдиного податку дохід визначається як різниця між сумою коштів, отриманою від продажу таких основних засобів, та їх залишковою балансовою вартістю, що склалася на день продажу.

До суми доходу за звітний період включаються сума кредиторської заборгованості, за якою минув строк позовної давності, та вартість безоплатно отриманих протягом звітного періоду товарів (робіт, послуг).

У разі надання послуг, виконання робіт за договорами доручення, транспортного експедирування або за агентськими договорами доходом є сума отриманої винагороди повіреного (агента). Дохід, виражений в іноземній валюті, перераховується у гривнях за офіційним курсом гривні до іноземної валюти, встановленим Національним банком України на дату отримання такого доходу. Датою отримання доходу є дата надходження коштів на поточний рахунок (у касу) платника єдиного податку, дата списання кредиторської заборгованості, за якою минув строк позовної давності, дата фактичного отримання платником єдиного податку безоплатно одержаних товарів (робіт, послуг).

У разі здійснення торгівлі товарами або послугами з використанням торговельних автоматів чи іншого подібного обладнання, що не передбачає наявності реєстратора розрахункових операцій, датою отримання доходу вважається дата вилучення з таких торговельних апаратів та/або подібного обладнання грошової виручки.

У разі якщо торгівля товарами (роботами, послугами) через торговельні автомати здійснюється з використанням жетонів, карток та/або інших замінників грошових знаків, виражених у грошовій одиниці України, датою отримання доходу вважається дата продажу таких жетонів, карток та/або інших замінників грошових знаків, виражених у грошовій одиниці України.

Склад доходів платника єдиного податку відображено на рис. 2. Право на застосування спрощеної системи оподаткування в наступному календарному році мають платники єдиного податку за умови неперевищення протягом календарного року обсягу доходу, встановленого для відповідної групи платників єдиного податку. Якщо протягом календарного року платники I і II груп використали право на застосування іншої ставки єдиного податку у зв'язку з перевищенням обсягу доходу, встановленого для відповідної групи, право на застосування спрощеної системи оподаткування в наступному календарному році такі платники мають за умови не перевищення ними протягом календарного року обсягу доходу, встановленого для III групи.

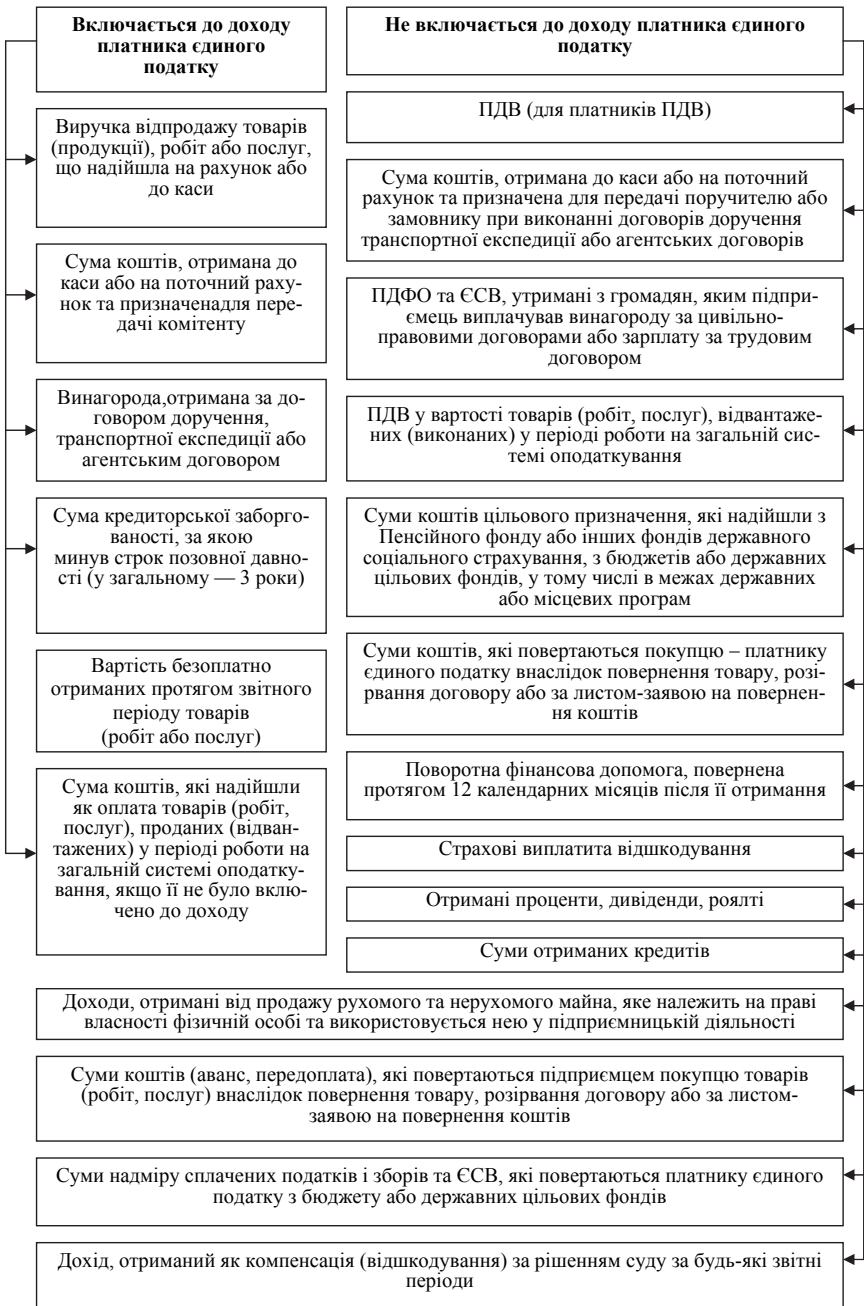


Рис. 2. Склад доходів платника єдиного податку

2.3. Ставки єдиного податку. Порядок, періодичність та строки сплати єдиного податку

ПКУ визначено, що ставки єдиного податку встановлюються у розрахунку на календарний місяць у відсотках (фіксовані ставки) до розміру мінімальної заробітної плати, встановленої законом на 1 січня податкового (звітнього) року, та у відсотках до доходу в залежності від групи платників:

1) для I групи платників єдиного податку — у межах від 1 до 10 відсотків розміру мінімальної заробітної плати та встановлюються сільськими, селищними та міськими радами;

2) для II групи платників єдиного податку — у межах від 2 до 20 відсотків розміру мінімальної заробітної плати та встановлюються сільськими, селищними та міськими радами;

3) для III і IV груп платників єдиного податку — 3 відсотки доходу (у разі сплати ПДВ) або 5 відсотків доходу (у разі включення ПДВ до складу єдиного податку).

Таблиця 5

Порядок, періодичність та строки сплати єдиного податку

Критерій	I група	II група	III група	IV група
Податковий період	Календарний рік	Календарний квартал		
Нарахування і сплата єдиного податку за встановленою ставкою	Сплачують щомісяця авансовими внесками не пізніше 20 числа (включно) поточного місяця (наприклад, оплата за квітень — не пізніше 20 квітня). Авансові внески нараховує ДПІ на підставі заяви платника податку щодо розміру обраної ставки, заяви щодо періоду щорічної відпустки та/або заяви щодо терміну тимчасової втрати працездатності.		Сплачують єдиний податок щокварталу протягом 10 календарних днів після граничного строку подання податкової декларації за податковий (звітний) квартал, тобто протягом 50 календарних днів після закінчення звітного кварталу (наприклад, за I квартал 2012р. — не пізніше 18.05.2012р.)	
Нарахування і сплата єдиного податку за ставкою 15% (у разі перевищення обсягу доходу)	Сплачується після закінчення кварталу, в якому відбулося перевищення доходу або отримання «забороненого» доходу — протягом 10 календарних днів після граничного строку подання податкової декларації за податковий (звітний) квартал, тобто протягом 50 календарних днів після закінчення звітного кварталу			
Нарахування і сплата єдиного податку у разі припинення провадження господарської діяльності	Нараховується до останнього дня (включно) календарного місяця, в якому до ДПІ платником єдиного податку подано заяву щодо відмови від спрощеної системи оподаткування у зв'язку з припиненням провадження господарської діяльності			
Місце сплати єдиного податку	За місцем податкової адреси (для фізичної особи-підприємця — за місцем її проживання, за яким вона береться на облік як платник податків в ДПІ)			
Бюджет, до якого зараховується єдиний податок	Міський бюджет			

Платники єдиного податку I та II групи можуть здійснити сплату єдиного податку авансовим внеском за весь податковий (звітний) період (квартал, рік), але не більш як до кінця поточного звітного року.

Якщо фізичні особи-підприємці I та II груп не використовують найману працю, вони звільняються від сплати єдиного податку на час відпустки (1 календарний місяць на рік), а також за період хвороби (якщо хвороба триває 30 і більше календарних днів та підтверджена копією листка непрацездатності). Суми єдиного податку, сплачені за такий період, за заявою підприємця підлягають зарахуванню в рахунок майбутніх платежів з єдиного податку.

Єдиний податок, нарахований за перевищення обсягу доходу, сплачується протягом 10 календарних днів після граничного строку подання податкової декларації за податковий (звітний) квартал.

У разі припинення платником єдиного податку провадження господарської діяльності податкові зобов'язання із сплати єдиного податку нараховуються такому платнику до останнього дня (включно) календарного місяця, в якому до органу державної податкової служби подано заяву щодо відмови від спрощеної системи оподаткування у зв'язку з припиненням провадження господарської діяльності.

2.4. Інші податки та збори, які сплачують платники єдиного податку

Спрощена система оподаткування передбачає звільнення від обов'язку нарахування, сплати та подання податкової звітності з окремих податків і зборів.

Єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування (ЄСВ) — це консолідований страховий внесок, збір якого здійснюється до системи загальнообов'язкового державного соціального страхування в обов'язковому порядку та на регулярній основі з метою забезпечення захисту у випадках, передбачених законодавством, прав застрахованих осіб та членів їхніх сімей на отримання страхових виплат (послуг) за діючими видами загальнообов'язкового державного соціального страхування.

Відповідно до чинного законодавства платник єдиного податку — фізична особа-підприємець є платником єдиного внеску на загальнообов'язкове соціальне страхування (тобто, обов'язково сплачує ЄСВ за себе).

У разі використання найманої праці суб'єкти господарювання зобов'язані сплачувати ЄСВ за найманих працівників та інших фізичних осіб. В цьому випадку ЄСВ нараховується на:

- 1) нараховану заробітну плату найманого працівника (основна, додаткова, заохочувальні та компенсаційні виплати);
- 2) розмір винагороди за цивільно-правовими договорами за виконані роботи та надані послуги (як працівникам, так і іншим фізичним особам);
- 3) суму оплати перших 5-ти днів тимчасової втрати працездатності за рахунок коштів роботодавця.

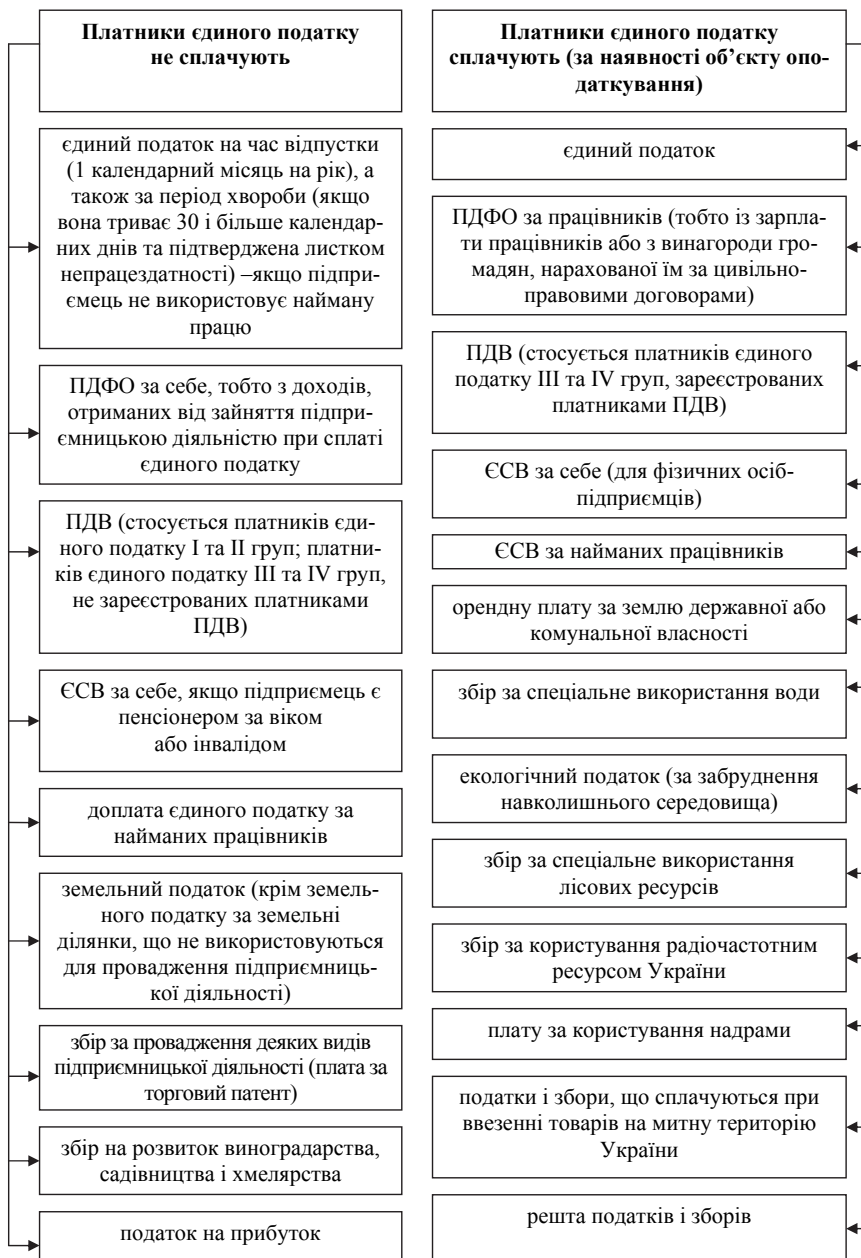


Рис. 3. Інші податки і збори, які сплачуються/не сплачують платники єдиного податку

ЄСВ для платників єдиного податку

Вид страхування	Що забезпечує	Ставка*	База	Строки сплати, звітність
Обов'язкове	Пенсійне страхування та страхування на випадок безробіття	34,7%	Нарахування ЄСВ здійснюється на суму, що визначається підприємцем самостійно, але в межах мінімального та максимального ЄСВ	Щомісячно до 20 числа місяця, наступного за місяцем, за який він сплачується. Остаточний розрахунок за підсумками календарного року — не пізніше 20 числа місяця, наступного за календарним роком (не пізніше 20 січня). До 1 квітня року, наступного за базовим звітним періодом, підприємець зобов'язаний подати до ПФ звіт про суми нарахованого доходу застрахованих осіб та суми нарахованого ЄСВ
Добровільне	Обов'язкове страхування, добровільне страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності	36,6%		
Добровільне	Обов'язкове страхування, добровільне страхування від нещасного випадку	36,21%		
Добровільне	Обов'язкове страхування, страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності, страхування від нещасного випадку	38,11%		

*ЄСВ поділяється на мінімальний та максимальний.

Ставки мінімального ЄСВ наведені у таблиці. Розмір ЄСВ залежить від розміру МЗП за певний період (наприклад, в період з 01.01.2012р. по 31.03.2012р. при МЗП 1073 грн. та ставці ЄСВ 34,7% розмір мінімального ЄСВ = 1073 грн. *34,7%=372,33 грн.).

Максимальний ЄСВ — це максимальна сума доходу застрахованої особи, що дорівнює сімнадцяти розмірам ПМПО, встановленого законом, на яку нараховується ЄСВ (наприклад в період з 01.01.2012р. по 31.03.2012р. при ПМПО 1073 грн. та ставці ЄСВ 34,7% розмір максимального ЄСВ = 17*1073 грн. *34,7% = 6329,63 грн.).

Суб'єкти господарювання зобов'язані сплачувати ЄСВ у розмірі, не меншому від мінімального, та не більшому від максимального.

2.5. Облік і звітність на спрощеній системі оподаткування

Податковий (звітний) період для платників єдиного податку залежить від групи. Так, податковим (звітним) періодом є:

- календарний рік — для I групи платників єдиного податку;

• *календарний квартал* — для II, III та IV груп платників єдиного податку.

Податковий (звітний) період починається з першого числа першого місяця податкового (звітного) періоду і закінчується останнім календарним днем останнього місяця податкового (звітного) періоду.

Обчислення податкового (звітного) періоду залежить від ряду чинників. Так, *перший податковий (звітний) період починається*:

• для суб'єктів господарювання, які *перейшли на сплату єдиного податку зі сплати інших податків і зборів*, встановлених ПКУ, — з першого числа місяця, що настає за наступним податковим (звітним) кварталом, у якому таким особам виписано свідоцтво платника єдиного податку, і закінчується останнім календарним днем останнього місяця такого періоду;

• для зареєстрованих в установленому порядку фізичних осіб-підприємців, які до закінчення місяця, в якому відбулася державна реєстрація, подали заяву щодо обрання спрощеної системи оподаткування та ставки єдиного податку, встановленої для I або II групи, — з першого числа місяця, наступного за місяцем, у якому виписано свідоцтво платника єдиного податку;

• для зареєстрованих в установленому законом порядку суб'єктів господарювання (новостворених), які до закінчення місяця, в якому відбулася державна реєстрація, подали заяву щодо обрання спрощеної системи оподаткування та ставки єдиного податку, встановленої для III або IV групи, — з першого числа місяця, в якому відбулася державна реєстрація;

• для суб'єктів господарювання, які утворюються в результаті реорганізації (крім перетворення) будь-якого платника податку, що має непогашені податкові зобов'язання чи податковий борг, які виникли до такої реорганізації, — з першого числа місяця, наступного за податковим (звітним) кварталом, у якому погашено такі податкові зобов'язання чи податковий борг і подано заяву щодо обрання спрощеної системи оподаткування.

У разі державної реєстрації припинення юридичних осіб та державної реєстрації припинення підприємницької діяльності фізичної особи-підприємця, які є платниками єдиного податку, останнім податковим (звітним) періодом вважається період, у якому подано до ДПП заяву щодо відмови від спрощеної системи оподаткування у зв'язку з припиненням провадження господарської діяльності.

У разі зміни податкової адреси платника єдиного податку останнім податковим (звітним) періодом за такою адресою вважається період, у якому подано до ДПП заяву щодо зміни податкової адреси.

Якщо останній день строку подання податкової декларації припадає на вихідний або святковий день, то останнім днем строку вважається операційний (банківський) день, що настає за вихідним або святковим днем.

В табл. 7 наведено вимоги щодо обліку та подання звітності для всіх груп платників єдиного податку.

Облік і подання звітності з єдиного податку

Група платника єдиного податку	Періодичність подання податкової декларації	Строк подання податкової декларації	Облік доходів і витрат
<i>I група</i>	Якщо річний дохід підприємця не перевищив 150 тис. грн., то податкова декларація подається раз на рік	Протягом 60 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного року (наприклад, за 2012 рік — не пізніше 01.03.2013р.)	Зобов'язані вести Книгу обліку доходів шляхом щоденного (за підсумками дня) відображення отриманих доходів. Реєстратори розрахункових операцій не застосовуються.
	Якщо річний дохід підприємця перевищив 150 тис. грн., то податкова декларація подається після закінчення кварталу перевищення	Протягом 40 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного кварталу (наприклад, за I квартал 2012 рік — не пізніше 10.05.2012р.)	
<i>II група</i>	Щокварталу		Зобов'язані вести облік доходів і витрат за формою та в порядку, встановленому Міністерством фінансів України (облік доходів, витрат та інших показників, пов'язаних з визначенням доходу, на підставі первинних документів). Реєстратори розрахункових операцій не застосовуються.
<i>III група (неплатники ПДВ)</i>			
<i>III група (платники ПДВ)</i>			
<i>IV група</i>			Використовують дані спрощеного бухгалтерського обліку щодо доходів та витрат з урахуванням положень пункту 44.2 статті 44 ПКУ. Реєстратори розрахункових операцій застосовуються.

В залежності від групи фізичної особи-підприємця, який є платником єдиного податку, ведеться:

Книга обліку доходів — для платників єдиного податку I та II груп та платників єдиного податку III групи, які не є ПДВ. Книга обліку доходів книги ведеться шляхом щоденного, за підсумками робочого дня, відображення

отриманих доходів. Записи у Книзі виконуються за підсумками робочого дня, протягом якого отримано дохід, зокрема кошти, що надійшли на поточний рахунок платника податку та/або отримані готівкою, сума заборгованості, за якою минув строк позовної давності, фактично безоплатно отримані товари (роботи, послуги). У Книзі відображається фактично отримана сума доходів від провадження діяльності із сумарним підсумком за місяць, квартал, рік.

Книга обліку доходів і витрат — для платників єдиного податку III групи, які є платниками ПДВ. Записи у Книзі виконуються за підсумками робочого дня, протягом якого отримано дохід, зокрема кошти, що надійшли на поточний рахунок платника податку та/або отримані готівкою, сума заборгованості, за якою минув строк позовної давності, фактично безоплатно отримані товари (роботи, послуги) та понесено витрати, зокрема оплачені придбані товари (роботи, послуги), виплачена заробітна плата, сплачений ЄСВ тощо. У Книзі відображається фактично отримана сума доходів і фактично понесена сума витрат від провадження діяльності із сумарним підсумком за місяць, квартал, рік.

Прошнуровані та пронумеровані Книги безоплатно реєструються в ДПІ (за основним місцем обліку платників податку). Записи у Книгах виконуються розбірливо чорнилом темного кольору або пастою кулькових ручок. У разі внесення виправлень новий запис засвідчується підписом платника податку.

У разі необхідності реєстрації нової Книги протягом податкового (звітного) періоду записи в ній продовжуються наростаючим підсумком, а попередня Книга залишається у платника податку.

2.6. Податок на додану вартість та платники єдиного податку

У разі якщо загальна сума від здійснення операцій з постачання товарів/послуг, що підлягають оподаткуванню згідно з розділом V ПКУ, у тому числі з використанням локальної або глобальної комп'ютерної мережі, нарахована (сплачена) особі протягом останніх 12 календарних місяців сукупно перевищує 300 тис. грн. (без урахування ПДВ), така особа зобов'язана зареєструватися як платник ПДВ в ДПІ на підставі відповідної заяви. У випадку реєстрації така особа вважається платником ПДВ з першого числа місяця, що настає за місяцем, в якому досягнуто обсягу оподатковуваних операцій.

Якщо особа, яка провадить оподатковувані операції і не є платником ПДВ у зв'язку з тим, що обсяги оподатковуваних операцій не перевищують 300 тис. грн. та обсяги постачання товарів/послуг іншим платникам ПДВ за останні 12 календарних місяців сукупно становлять менше 50% загального обсягу постачання, може добровільно зареєструватися як платник ПДВ, подавши заяву в ДПІ. Така особа може навести у заяві бажаний (запланований) день реєстрації як платник ПДВ, що відповідає даті початку проведення операцій чи даті початку податкового періоду (податковий місяць), з якого така особа вважатиметься платниками ПДВ та матиме право на виписку податкових накладних.

Обов'язкова:	Добровільна:
<p>можлива у разі, якщо загальна сума від здійснення операцій з постачання товарів/послуг, що підлягають оподаткуванню згідно з розділом V ПКУ, у тому числі з використанням локальної або глобальної комп'ютерної мережі, нарахована (сплачена) особі протягом останніх 12 календарних місяців сукупно перевищує 300 тис. грн. (без урахування ПДВ). В такому випадку особа зобов'язана зареєструватися як платник ПДВ.</p> <p>Реєстраційна заява подається до ДПП не пізніше 10 числа календарного місяця, що настає за місяцем, в якому вперше досягнуто обсягу оподатковуваних операцій на суму, що перевищує 300 тис. грн.</p>	<p>можлива у разі, якщо особа провадить оподатковувані операції і не є платником ПДВ у зв'язку з тим, що обсяги оподатковуваних операцій не перевищують 300 тис. грн. та обсяги постачання товарів/послуг іншим платникам ПДВ за останні 12 календарних місяців сукупно становлять менше 50% загального обсягу постачання. Реєстраційна заява подається до ДПП не пізніше ніж за 20 календарних днів до початку податкового періоду, в якому така особа вважатиметься платниками ПДВ та матиме право на податковий кредит та виписку податкових накладних.</p>

Рис. 4. Реєстрація платника ПДВ

Згідно з ПКУ платниками ПДВ за жодних умов не можуть бути фізичні особи-підприємці — платники єдиного податку I та II груп.

Зареєструватись платниками ПДВ можуть платники єдиного податку III та IV груп, які застосовують ставку єдиного податку 3%, а також платники єдиного податку III та IV груп, які застосовують ставку єдиного податку 5% та здійснюють постачання товарів/послуг платникам ПДВ, якщо обсяг такого постачання за останніх 12 календарних місяців сукупно перевищує 300 тис. грн. Водночас ПКУ не визначений обов'язок платників єдиного податку III та IV груп, які застосовують ставку єдиного податку 5%, реєструватися платниками ПДВ.

Особливості реєстрації платниками ПДВ в залежності від групи платника єдиного податку відображено в табл. 8.

Платники ПДВ та спрощена система оподаткування

Групи платників єдиного податку	Умови, за яких платник єдиного податку може бути платником ПДВ	Ставки ПДВ	Звітність
I група	За жодних умов не має права бути платником ПДВ		
II група	За жодних умов не має права бути платником ПДВ		
III та IV групи при ставці єдиного податку 3%	За умови реєстрації платником ПДВ	01.01.2011 р. — 31.12.2013 р. — 20% бази оподаткування; з	Звітним періодом є один календарний місяць, а у випадках, особливо визначених ПКУ, календарний квартал, з урахуванням таких
III та IV групи при ставці 5%	<p>При обранні ставки єдиного податку 5% від доходу у суб'єкта господарювання немає обов'язку реєструватися платником ПДВ</p> <p>Якщо суб'єкт господарювання бажає стати платником ПДВ і перейти на ставку єдиного податку 3% від доходу, то:</p> <ul style="list-style-type: none"> • потрібно витримати умови щодо обсягу оподатковуваних операцій при обов'язковій або добровільній реєстрації платником ПДВ; • не пізніше ніж за 15 календарних днів до початку наступного календарного кварталу необхідно подати заяву щодо зміни ставки єдиного податку до ДПП; <ul style="list-style-type: none"> ▪ подати заяву про реєстрацію платником ПДВ у терміни, встановлені для обов'язкової або добровільної реєстрації 	01.01.2014 р. — 17% бази оподаткування (порядок визначення бази оподаткування в разі постачання товарів/послуг наведено в статті 188 ПКУ)	особливостей: якщо особа реєструється платником ПДВ з іншого дня, ніж перший день календарного місяця, першим звітним (податковим) періодом є період, який розпочинається від дня такої реєстрації та закінчується останнім днем повного календарного місяця; якщо податкова реєстрація особи анулюється в інший день, ніж останній день календарного місяця, то останнім звітним (податковим) періодом є період, який розпочинається з першого дня такого місяця та закінчується днем такого анулювання. Податкова декларація подається щомісяця протягом 20 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного (податкового) місяця. Задекларована сума ПДВ сплачується протягом 30 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного (податкового) місяця.
Суб'єкти господарювання на загальній системі оподаткування, які переходять на сплату єдиного податку (до III або IV групи)	<p>Можуть стати платниками ПДВ та обрати ставку єдиного податку 3% від доходу за умови, якщо на дату переходу на спрощену систему оподаткування:</p> <ul style="list-style-type: none"> • вже є платниками ПДВ; • ще не є платниками ПДВ, однак мають право на добровільну реєстрацію платниками ПДВ. <p>У такому разі заяву про реєстрацію платником ПДВ слід подати не пізніше ніж за 20 календарних днів до першого дня роботи на спрощеній системі оподаткування</p> <p>При переході на спрощену систему оподаткування суб'єкти господарювання можуть обрати ставку єдиного податку 5% від доходу і відмовитися від ПДВ — реєстрації, навіть якщо вони вже зареєстровані платниками ПДВ</p>		Можуть стати платниками ПДВ та обрати ставку єдиного податку 3% від доходу за умови, якщо на дату переходу на спрощену систему оподаткування:

2.7. Відповідальність за порушення при роботі на спрощеній системі оподаткування

ПКУ визначено ряд вимог до суб'єктів господарювання, які провадять діяльність на спрощеній системі оподаткування, таких як — дотримання визначеного допустимого річного обсягу доходу, допустимої кількості найманих працівників, зайняття визначеними видами діяльності, здійснення виключно грошових розрахунків, дотримання строків сплати єдиного податку, провадження діяльності, вказаної у свідоцтві платника єдиного податку. У випадку недотримання зазначених вимог платники єдиного податку можуть бути позбавлені права працювати на спрощеній системі оподаткування та зобов'язані сплатити податок за підвищеними ставками.

Види відповідальності платників єдиного податку в розрізі груп відображено в табл. 9.

Таблиця 9

Відповідальність за порушення при роботі на спрощеній системі оподаткування

Порушення	Групи платників єдиного податку	Відповідальність	Перехід на загальну систему оподаткування
Негрошові розрахунки (наприклад, бартер, вексель, взаємозалік)	Всі групи	<ul style="list-style-type: none"> • Позбавлення права працювати на спрощеній системі оподаткування. • Дохід, отриманий від таких операцій, оподатковується за ставкою 15% для платників I, II та III груп; у подвійному розмірі ставок для платників IV групи (6% та 10% доходу) 	З 1 числа місяця, наступного за податковим (звітним) періодом, в якому допущено порушення
Провадження діяльності, яку заборонено здійснювати на спрощеній системі оподаткування			
Провадження діяльності, не вказаної у свідоцтві платника єдиного податку	I та II групи	<ul style="list-style-type: none"> • Позбавлення права працювати на спрощеній системі оподаткування. • Дохід, отриманий від таких операцій, оподатковується за ставкою 15% для платників I та II груп. 	З 1 числа місяця, наступного за податковим (звітним) періодом, в якому здійснено таку діяльність
Перевищення допустимого річного обсягу доходу	Всі групи	<ul style="list-style-type: none"> • Позбавлення права працювати на спрощеній системі оподаткування (якщо платник єдиного податку I або II групи не подав заяву про перехід до наступної групи платників єдиного податку не пізніше 20-го числа місяця, наступного за кварталом, в якому мало місце перевищення). • Сума перевищення оподатковується за ставкою 15% для платників I, II, та III груп; у подвійному розмірі ставок для платників IV групи (6% та 10% доходу) 	З 1 числа місяця, наступного за податковим (звітним) кварталом, в якому мало місце перевищення

Перевищення допустимої кількості найманих працівників	Всі групи	Позбавлення права працювати на спрощеній системі оподаткування.	З 1 числа місяця, наступного за податковим (звітним) періодом, в якому мало місце перевищення
Сплата до закінчення граничного строку погашення податкового боргу, що виник протягом двох послідовних кварталів	Всі групи	Позбавлення права працювати на спрощеній системі оподаткування.	З 1 числа місяця, наступного за податковим (звітним) періодом, в якому погашено такий податковий борг

У випадку позбавлення права працювати на спрощеній системі оподаткування свідоцтво такого платника єдиного податку підлягає поверненню до ДПІ протягом 10 днів з дня його анулювання.

Примітка. 05.07.2012 р. Верховна Рада України прийняла Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо державної податкової служби та в зв'язку з проведенням адміністративної реформи в Україні» (законопроект № 10224). Серед іншого Законом розширено сферу застосування спрощеної системи оподаткування, зокрема включено в неї ще дві групи платників єдиного податку — п'яту і шосту.

П'яту групу можуть обрати фізичні особи — підприємці, які протягом календарного року відповідають наступним критеріям: не використовують працю найманих осіб або мають не більше 20 працівників; обсяг доходу не перевищує 20 млн грн. *Шоста група* призначена для юридичних осіб, які протягом календарного року не перевищують обсяг доходу 20 млн грн. і середньооблікову чисельність працівників 50 осіб.

Таким чином, нові групи «єдинників» можуть обрати «єдинники» третьої та четвертої групи в разі перевищення дозволених обсягів доходів. Підприємці третьої групи при досягненні протягом календарного року обсягу доходу 3 млн грн. можуть перейти у п'яту групу. Шосту групу можуть обрати юридичні особи, які застосовують четверту групу і перевищили обсяг доходу 5 млн грн.

До появи нових груп у таких підприємців вибору не було, в даній ситуації вони зобов'язані були відмовитися від застосування спрощеної системи. Тепер же можна перейти або в нову групу спрощенців або на загальну систему оподаткування.

Проте платити «єдинникам» п'ятої та шостої груп доведеться більше. Ставка єдиного податку для них становить 7% доходу при сплаті ПДВ (тобто для колишніх трьохпроцентників) і 10% при включенні ПДВ до складу єдиного податку (тобто для колишніх п'ятипроцентників). Перехід спрощенця третьої групи у п'яту здійснюється за заявою підприємця, яке подається не пізніше 20-го числа місяця, наступного за кварталом, в якому допущено перевищення обсягу доходу. При цьому до суми перевищення доходу застосовується ставка єдиного податку в розмірі 15%.

Також передбачено, що якщо надалі спрощенець п'ятої групи перевищить дозволений для нього обсяг доходу за календарний рік 20 млн грн., то такий підприємець повинен відмовитися від спрощеної системи. З суми перевищення обсягу доходу також доведеться сплатити податок за ставкою 15%.

Юридичні особи — «єдинники» четвертої та шостої груп до суми перевищення обсягу доходу застосовують подвійний розмір сплачуваних ними ставок.

ЧАСТИНА 3

ПОРЯДОК СКЛАДАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ДЛЯ ЗАПОЧАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Ви обрали свій власний шлях у приватному бізнесі. З чого почати? Звичайно, з планів на майбутнє, а саме — з бізнес-плану. Цей план потрібен усім:

- тим, у кого Ви хочете позичити грошові кошти, щоб започаткувати власну справу;
- інвесторам;
- найголовнішій особі — Вам, щоб об'єктивно проаналізувати свої ідеї, перевірити їх доцільність та реальність.

Не маючи бізнес-плану, не варто взагалі братися до самостійної підприємницької діяльності, бо тоді Ви просто виявитесь незахищеним перед десятками й сотнями несподіваних ризиків ринку.

Бізнес-план — це документ, що описує всі аспекти діяльності Вашого майбутнього підприємства, докладно аналізує всі проблеми, з якими Ви можете зіткнутися в ринковому середовищі, і вказує шляхи подолання цих проблем. Тому, правильно складений бізнес-план має аргументовано відповісти на питання: чи варто вкладати кошти в задуману справу й чи дасть вона прибуток, який виправдає докладені зусилля та витрачені кошти?

Бізнес-план складають у двох формах:

- для зовнішнього використання — щоб показати свою справу в якомога вигіднішому світлі іншим (наприклад, інвесторам, банку тощо);
- для внутрішнього користування.

Найдоцільніше (та й найзручніше) спершу написати бізнес-план для внутрішнього користування, з усіма її «плюсами» і «мінусами». Тут потрібно розглядати всі питання, які, можливо, ніколи не будуть згадані в бізнес-плані для зовнішнього використання.

Найбільша помилка в бізнесі — це дурити самого себе. Якщо підприємець-новачок пише бізнес-план винятково для зовнішнього використання, то підсвідомо прикрашає реальність.

Запам'ятайте, віра в самопропаганду — руйнівна сила.

Отже, Ваш бізнес-план мусить вам допомогти виконати такі завдання:

- вивчити насиченість та перспективність майбутнього ринку збуту;
- оцінити майбутні витрати на виробництво продукції і зіставити їх з цінами продажу (так Ви зможете визначити рівень прибутковості справи);
- виявити підводні «айсберги», що чатують на Вас і вашу справу (особливо на етапі становлення);
- визначити основні показники, за якими ви будете надалі контролювати стан справ.

Підготовка бізнес-плану дасть можливість краще зрозуміти процес планування. Важливим для забезпечення довгострокової життєздатності бізнесу

є весь цей процес, а не лише план, який є його результатом. Бізнесу властива динамічність, так само динамічними є комерційне і конкурентне середовища, в яких працюють підприємства. Ніхто не сподівається, що кожна подія, передбачена в бізнес-плані, відбудеться саме так, як прогнозувалось, але розуміння і знання, одержані у процесі розробки бізнес-плану, зроблять підприємство готовим до будь-яких змін, які можуть статися, і, отже, забезпечать йому спроможність швидко пристосуватися до них.

Попри ці численні переваги, тисячі потенційних підприємців досі намагаються стартувати без бізнес-плану. Найчастіше це буває тоді, коли здається, що цей бізнес зовсім не потребує чи потребує лише незначного капіталу для започаткування діяльності або ж коли засновники підприємства мають власні кошти. В обох випадках вважається непотрібним вдаватися до серйозної фінансової оцінки проекту.

Перша з названих гіпотез часто спирається на міф, який можна легко розвіяти, про те, що всі клієнти платитимуть готівкою на місці, а постачальники місяцями чекатимуть оплати поставок. А тим часом власник користуватиметься цими коштами для фінансування бізнесу. Клієнти та постачальники такого типу трапляються на світі значно рідше, ніж гадають оптимістичні підприємці.

Загальні етапи розробки та обсяг бізнес-плану. Запорукою успіху підприємницької діяльності є успішний початок справи. Підприємцям потрібні будуть навички, щоб описати дво- або трирічну перспективу розвитку свого бізнесу. Особливо це важливо в економічних умовах, що швидко змінюються.

Процес складання бізнес-плану — це послідовне викладення системи реалізації проекту, тобто ключових моментів, що переконують інвестора чи партнера в його вигідності та необхідності участі. Значна частина бізнес-плану — розділи планомірного контролю та регулювання бізнесу.

Незалежно від сфери діяльності та особливостей підприємства, для якого розробляється бізнес-план, є декілька етапів, які необхідно послідовно пройти при його розробці:

Визначення та розробка концепції бізнес-плану.

На цьому етапі підприємець повинен:

1. *Здійснити пошук підприємницької ідеї.*

Джерелами таких ідей найчастіше бувають: вивчення запитів і побажань споживачів, критичний аналіз товарів, які випускають інші фірми, бесіди з продавцями торговельних закладів, вивчення технічної літератури та патентної інформації, результати власних досліджень і розробок. Для пошуку підприємницьких ідей використовуються різноманітні методи («мозкового штурму», конференції ідей, «колективного блокнота», контрольних запитань).

2. *Вибрати сферу діяльності.*

Вибір сфери підприємницької діяльності (виробництво, оптова торгівля, роздрібна торгівля, послуги, будівництво) здійснюється з урахуванням:

- суті та спрямованості ідеї майбутнього бізнесу;
- особистих факторів (власний практичний досвід, наявність відповідної освіти та знань);

- зовнішніх факторів (реальна економічна ситуація, законодавчо заборонені сфери та види діяльності, сучасні й майбутні потреби споживачів, ступінь конкуренції в галузі, стадії життєвого циклу виробів, наявність необхідних ресурсів).

3. *Вибрати доцільну форму організації бізнесу.*

Процедура вибору організаційно-правової форми бізнесу передбачає:

- визначення форми організації бізнесу (приватний підприємець, приватне підприємство, товариство з обмеженою відповідальністю, товариство з повною відповідальністю, командитне товариство, акціонерне товариство тощо);
- визначення особливостей, переваг і недоліків кожної з цих форм.

4. *Прийняти рішення щодо способу започаткування бізнесу.*

Традиційно розглядають три основні способи започаткування бізнесу:

- створення підприємства «з нуля»;
- придбання фірми (підприємства), що вже існує;
- придбання франшизи, тобто ліцензії, яка надає підприємцеві (підприємству) право на продаж (виробництво, здійснення певної діяльності) товарів чи послуг великої фірми, яка вже добре відома споживачам.

5. *Чітко визначити список тих, кому буде надано бізнес-план.*

6. *Потрібно показати для кого готується цей бізнес-план (для внутрішнього користування чи для зовнішнього — інвесторів, комерційних банків тощо).*

7. *Зібрати інформацію, яка потрібна для написання бізнес-плану.*

На цьому етапі виконується така робота:

- збирається та аналізується маркетингова, виробнича, фінансова й загальноекономічна інформація про майбутній бізнес;

- з'ясовуються сприятливі можливості та загрози розвитку бізнесу в зовнішньому середовищі, які поділяються на три групи: загальноекономічні фактори, галузеві фактори, конкуренти;

- оцінюються сильні та слабкі сторони підприємства.

Сильні сторони — це особливі, унікальні або принаймні оригінальні способи конкурентної боротьби. Слабкі сторони — це те, в чому підприємство відстає від конкурентів.

8. *Вибір структури бізнес-плану та його розробка.*

Головна мета цього етапу — довести економічну доцільність створення певного бізнесу. Інвестор має побачити прибуток не після, а до того, як вкладе гроші в запропонований проєкт.

За обсягом бізнес-плани можливо розділити на три основні категорії:

- Стислий.
- Повний.
- Операційний.

Стислий бізнес-план. Якщо ви підприємець-початківець або ваша компанія порівняно молода і не планує випуск декількох найменувань товару необхідно складати стислий бізнес-план, що допоможе вам зацікавити потенційних інвесторів та отримати попередні коментарі від них, які будуть корисні при написанні розгорнутого плану. Він повинен бути лаконічним, обсягом до 20 сторінок.

Повний бізнес-план. Повинен висвітлювати всі аспекти діяльності компанії і в той же час не перевищувати 40 сторінок. Повний бізнес-план потрібен для залучення фінансування у більших розмірах.

Операційний бізнес-план. Трапляються ситуації, коли підприємству необхідний детальний план, який висвітлює всі подробиці стратегії та організації продажу, маркетингу, виробничої політики компанії, а також містить докладні фінансові прогнози.

Основні розділи та зміст бізнес-плану.

Для розробки бізнес-плану рекомендуємо використовувати таку структуру:

1. Стислий опис проекту (резюме).
2. Опис товару чи послуги:
 - характеристика ринків збуту
 - характеристика товару чи послуг
 - призначення та сфери застосування
 - основні особливості товару
 - переваги і недоліки товару
 - аналіз конкурентів.
3. План маркетингу:
 - схема розповсюдження товару
 - ціноутворення
 - вибір цільових сегментів ринку та прогноз продаж
 - методи реалізації та стимулювання продажу (збуту)
 - організація післяпродажного обслуговування клієнтів
 - реклама.
4. План виробництва продукції (послуги).
5. Організаційний план.
6. Оцінка можливих ризиків.
7. Фінансовий план.

Стислий опис проекту (резюме).

Резюме складається після того, як закінчено розробку усього бізнес-плану і розміщується на початку документа. Резюме висвітлює головну мету, структуру, фінансові потреби та переваги проекту. В резюме необхідно показати, що саме цей бізнес користуватиметься успіхом. У цьому розділі рекомендуємо надати таку інформацію:

1. Загальні дані. Вказати повну назву, адресу підприємства, форму власності, засновників.

2. Мета бізнесу. Описати як пропонований продукт чи послуга буде сприяти досягненню ваших цілей у бізнесі, яка нова технологія (ноу-хау), інформація або патенти використовуватимуться.

3. Можливості бізнесу. Надати кращі варіанти використання своїх ресурсів і потенційних можливостей.

4. Ринок і маркетинг. Привести дані про темпи росту сегментів ринку, у яких збираєтесь працювати. Оцінити можливості продажу у цих сегментах ринку і пояснити, на чому ґрунтуються висновки.

5. Конкурентні переваги. Показати переваги своєї продукції (краще — у порівнянні).

6. Компетенція і професіоналізм команди. Надати інформацію про лідера команди, ініціатора ідеї чи проекту. Охарактеризувати компетенцію і професіоналізм кожного члена управлінської команди.

7. Результати діяльності. Навести показники прибутку, обсягу продажу, строків окупності інвестиційного проекту.

8. Фінансування. Наведіть, яка сума фінансування та її форма вам потрібна. В який термін ви використаєте ці кошти та в який термін їх повернете (інвестору, банку тощо).

Опис товару, послуги. В цьому розділі наводиться характеристика ринків збуту, товару (послуги), призначення та сфери застосування, основні особливості, переваги і недоліки товару та проводиться аналіз конкурентів.

Характеристика ринків збуту підприємства. Аналізується стан галузі, в якій підприємець планує вести свій бізнес. Типовий процес дослідження ринку включає чотири етапи:

- вивчення необхідної інформації для аналізу;
- пошук та збір даних;
- аналіз даних;
- реалізація заходів, які дозволяють використовувати ці дані. Дуже важливо правильно сформулювати ідею нового підприємства з урахуванням стану справ в галузі, щоб інвестор позитивно цинив шанси нового підприємства у порівнянні з іншими.

Цей розділ потребує висвітлення таких питань, як:

• Стилий опис галузі (у цей розділ входить опис галузі та можливостей для розвитку бізнесу).

• Визначення кола споживачів, прогноз їх платоспроможного попиту (Визначається, хто буде споживачами вашого товару, в якому обсязі споживатимуть ваш товар, послуги).

• Прогноз цін (визначається, яка ціна буде встановлена на ваш продукт чи послуги).

• Прогноз обсягів реалізації (визначається обсяг продажу вашого продукту. Бажано це зробити з урахуванням сезонних властивостей вашого товару).

Характеристика товару (послуги). Описуються усі види та модифікації товарів (послуг), які представлятимуться на ринку. Опису підлягають склад, форма, естетичний вигляд, перелічуються усі властивості матеріалів і компонентів, що входять до нього.

Призначення та сфера застосування. Основний наголос необхідно зробити на функціях товару і які потреби споживачів він задовольняє.

Основні особливості товару. Тут варто підкреслити основні відмінності між тими товарами, що є на ринку, і тими, з якими підприємство збирається на нього вийти. Особливу увагу приділити тим характеристикам, що можуть забезпечити комерційний успіх.

Переваги і недоліки товару. Ці поняття слід розглядати при безпосередньому порівнянні вашого товару з аналогічними товарами конкурентів.

Вивчення можливостей, переваг, недоліків потенційних конкурентів, резервів їх випередження. Визначаються основні типи конкурентів (прямі конкуренти, потенційні конкуренти, виробники товарів-замінників).

Вказуються основні конкуренти (у регіоні та в Україні) та їх питома вага у продажу. Надається стисла характеристика конкурентів. Виявляються їх основні сильні та слабкі сторони.

План маркетингу.

План маркетингу потрібен для внутрішньої організації діяльності фірми, але він також є необхідним інструментом при переговорах з партнерами та інвесторами.

Призначення цього розділу — дати чітку уяву про схему розповсюдження товарів, методи визначення ціни та стимулювання збуту, прогнози продажу, сервісні послуги підприємства.

1. Схема розповсюдження товару.

У цьому розділі необхідно подати схему розповсюдження товарів, систему продажу, що існує, та стимулювання збуту.

При перерахуванні методів стимулювання продажу бажано розглянути питання кредитування покупців (продажу товарів в кредит), використання знижок при купівлі товарів постійними клієнтами, оптом і т. ін.

2. Ціноутворення та стимулювання збуту.

Вказати, за яким з чотирьох методів ціноутворення ви будете працювати:

- Собівартість (ціна на продукт встановлюється згідно з вашими витратами плюс відсоток вашого прибутку).
- Поглинання ринку (ваш продукт не є новим. З метою швидкого входу на ринок, ціна на продукт встановлюється на межі нижче собівартості вашого продукту).
- Виснаження ринку (ваш продукт є першим та унікальним і для заволодіння ринком ви встановлюєте ціну набагато вищу за собівартість. Це здійснюється з метою виснаження покупців).
- Прямування за ринком (ціна на ваш продукт встановлюється на рівні ціни ринку).

Необхідно визначити, які особливості продуктів (послуг) використовуватимуться для стимулювання продажу (наприклад, високоякісний сервіс, якість, доступна ціна, своєчасне постачання, гарантія, знижки постійним покупцям, подарунки, розіграші призів).

Зазначити також, як реалізовуватимуться продукти (послуги) на початковому етапі. Подати план розширення продажу у майбутньому, виявити сезонні коливання продажу, визначити, що може бути зроблене для продажу продукту поза сезоном.

3. Вибір цільових сегментів ринку і прогноз продажу.

Вибір сегментів ринку має на меті — збільшення ефективності збуту і зниження витрат за рахунок таких чинників, як обсяг продажів і збутових цін.

При прогнозуванні обсягів продажу і збутових цін продукції підприємств враховуються ознаки сегментації ринку товарів і послуг.

4. Шляхи реалізації продукту (послуги).

Описати методи реалізації (наприклад, власна торгова мережа, торгові представники, посередники), які можна використати як найближчим часом, так і в довгостроковій перспективі.

Включити опис будь-яких спеціальних вимог для реалізації продукції (наприклад, необхідність рефрижераторів і т.ін.).

Зазначити, буде чи ні використовуватися транспорт та транспортні витрати.

Описати, як обиратимуться посередники і торгові представники, якщо ви їх використовуватимете. Коли вони почнуть свою діяльність і в яких регіонах.

Якщо використовуватиметься власна торгова мережа, розкрити її структуру, зазначити, чи замінить вона торгових представників, якщо так, то коли і як це відбудеться.

Складіть кошторис витрат на реалізацію продукції.

5. Післяпродажне обслуговування і надання гарантій.

Вказати, що треба зробити, щоб удосконалити систему післяпродажного обслуговування:

- рівень обслуговування;
- кваліфікація і комунікабельність робітників;
- збільшення термінів гарантії і т. ін.

Якщо ваше підприємство пропонуватиме товар, що потребує післяпродажного обслуговування, надання гарантій або навчання персоналу необхідно, оцінити ступінь їхньої важливості для покупця та описати, як ви пропонуєте вирішувати ці проблеми.

Перерахувати умови запропонованих гарантій: чи проводитиметься обслуговування робітниками підприємства на місці, ремонтними майстернями або продукція повертатиметься на завод. Навести ціни за післяпродажне обслуговування і визначити, чи приносить воно прибуток або стане лише беззбитковою операцією.

6. Реклама.

Тут необхідно викласти про плани участі у торгових ярмарках і виставках, розміщення реклами в газетах та журналах, підготування рекламних буклетів і листівок. Варто скласти розклад рекламної кампанії і визначити розмір витрат на рекламу і просування товарів на ринок.

План виробництва.

В цьому розділі потрібно описати інфраструктуру підприємства та виробничі процеси на підприємстві.

Інфраструктура підприємства.

Якщо ваше підприємство займається виробництвом, то необхідно дати докладний опис інфраструктури компанії, яка включає: територію, стан землевідводів та споруджень, обладнання (кількість, тип, технічний стан, вік та знос), балансову та остаточну, а також ринкову вартість приміщень та обладнання компанії, присутність сертифікатів, спеціальних дозволів та ліцензій.

Необхідно загально описати процес виробництва основної продукції компанії, а також дати відповідь на такі запитання:

- де вироблятиметься товар (на існуючому виробництві або це буде нове підприємство);
- якими виробничими можливостями володіє підприємство;
- де та в якій кількості, за якими цінами необхідно купувати сировину та матеріали;
- підтвердити репутацію постачальників сировини, їх досвід роботи;
- показати присутність виробничих відходів, токсичних речовин та шляхів їх утилізації, розміщення та захоронення.

При відповіді на ці питання необхідно проаналізувати стан справ з прогнозом на 2–3 роки.

У заключній частині цього розділу необхідно зробити розрахунок витрат на навколишнє середовище. Це є обов'язковою умовою подальшого перетворення бізнес-плану в діюче виробництво.

Виробничий процес.

У цьому розділі необхідно подати стислий опис проекту з технологічної та виробничої сторони, а також дані щодо професійної підготовки персоналу, який задіяний у проекті. Якщо необхідна перекваліфікація або набір додаткового персоналу, показати, що ви збираєтесь для цього зробити.

У додатках до бізнес-плану потрібно навести схему розташування виробничого обладнання та технологічну схему, перелік вихідних матеріалів та комплектуючих виробів, їх кількість та вартісні характеристики, норми споживання сировини та матеріалів на одиницю продукції, що виробляється.

Організаційний план.

Структура цього розділу може бути такою:

- організаційний план і менеджмент — діловий розклад, правове забезпечення діяльності фірми, організація управління підприємством, організація управління персоналом, координація і взаємодія служб і підрозділів;
- потреба в кадрах — форма найму працівників, кваліфікаційні вимоги, заробітна плата і додаткові матеріальні пільги.

Організаційний план і менеджмент.

Для ефективної організації повсякденної роботи підприємства необхідно:

- виділити ключові етапи діяльності, скласти список видів діяльності, що є життєво важливими; визначити дату початку кожного етапу роботи з урахуванням загального плану робіт;
- встановити термін завершення кожного етапу роботи;
- призначити відповідальних за ключові сфери діяльності, при цьому за кожну з них повинна відповідати тільки одна особа;
- обговорити можливі збої в розкладі і дії щодо їхнього коригування.

Правове забезпечення діяльності підприємства.

У цьому розділі подається вся інформація, пов'язана зі створенням і правовим забезпеченням господарської діяльності підприємства, у тому числі:

1. Дата створення і реєстрації підприємства. Де і ким воно зареєстровано. Статутні документи. Адреса зареєстрованого підприємства. Форма власності. Засновники (учасники) підприємства.

2. Копії ліцензій на види діяльності, що є предметом розгляду в бізнес-плані (якщо цей вид діяльності підлягає ліцензуванню).

3. Копії угод і договорів з іншими організаціями за даними видами діяльності. Останній розділ дуже важливий для нових підприємств (фірм). Особливу увагу підприємець повинен звернути на правове обґрунтування тієї форми, у якій він збирається вести справу. Практично мова йде про форму власності і правовий статус підприємства: приватне володіння, кооператив, державне володіння, акціонерне товариство, спільне підприємство і т.д. Кожна з цих форм має свої особливості, свої плюси і мінуси, що теж можуть вплинути на успіх реалізації цього проекту.

При формуванні організаційної структури невеликого колективу важливо не забувати основні принципи ефективного управління: оптимальний розподіл обов'язків, інформаційну підготовку керівника, зацікавленість виконавця в результаті, наявність контролю, колегіальність або єдиноначальство. Також необхідно пам'ятати, що залучення ключових робітників і фахівців у творчий процес формування структури управління буде порукою ефективної роботи колективу.

Організація управління персоналом.

Відомі два найбільш поширених підходи до організації управління персоналом: американський і японський.

Перший — заснований на індивідуальному прийнятті рішень та індивідуальній відповідальності, спеціалізації, достатньо швидкому оцінюванні і просуванні по посадових сходинках, прийманні робітника на визначений час.

Для другого характерне колективне прийняття рішень і колективна відповідальність, неспеціалізована діяльність, повільне просування по службі, довільне наймання робітників.

Необхідно перерахувати ключові управлінські посади і назвати людей, що їх обіймуть, зазначити розмір заробітної плати кожного члена управлінської команди.

Координація і взаємодія служб і підрозділів.

Тут варто описати права та обов'язки кожного члена команди управління: хто яку роботу виконує, хто кому підпорядкований, хто приймає остаточні рішення. На кожного керівника необхідно скласти докладне резюме як ілюстрацію ділових якостей і досягнутих результатів у управлінні. Є ще декілька кадрових питань, над якими потрібно замислитися:

- скільки людей вам потрібно зараз і у найближчому майбутньому?
- які фахівці вам необхідні, чи вони є і де?
- визначити дату початку кожного етапу роботи з урахуванням загального плану робіт;
- встановити термін завершення кожного етапу роботи;
- призначити відповідальних за ключові сфери діяльності, при цьому за кожною з них повинна відповідати тільки одна особа;
- обговорити можливі збої в розкладі і дії щодо їхнього коригування.

Потреба в кадрах. Форма притягнення до праці, кваліфікаційні вимоги, заробітна плата.

Визначити, які саме фахівці і за яким профілем, із яким досвідом роботи вам потрібні для успішного ведення бізнесу.

Розробити кваліфікаційні вимоги до кадрів, а також всю документацію, що регламентує процеси наймання, використання і звільнення.

Розрізняють декілька форм залучення до праці: постійна робота, сумісництво, надомна робота, робота за контрактом.

Оцінка ризиків.

Оцінка ризиків необхідна тому, що це:

- покаже кредитору, що ви реально оцінюєте ситуацію та зможете вийти із складного становища;

- допоможе передбачити ризик та зменшити його.

Підприємцю необхідно передбачати такі ризики:

- Політичний.

- Валютний.

- Затримки платежів.

- Ринковий.

- Зміни податкового законодавства.

- Зміни ціни постачальника.

Для більшості невеликих проєктів аналіз ризику проводиться експертними методами шляхом оцінки їх ймовірності. Найважливішим є вміння підприємця передбачити всі можливі види ризику.

Виходячи з визначеної ймовірності виникнення небажаної ситуації, необхідно побудувати діяльність таким чином, щоб зменшити ризик та всі втрати і збитки у майбутньому.

Необхідно також провести аналіз чутливості проєкту. Він складається із того, що крім результатів, що розраховуються, прогнозуються для базового варіанту, проводиться розрахунок ще для двох екстремальних варіантів:

- розрахунок за найгіршим сценарієм — випадок, коли зовнішні фактори максимально заважають здійсненню проєкту. Звичайно всі доходи зменшують на 5 %, а всі витрати збільшують на 5%;

- розрахунок за найкращим сценарієм — випадок, коли зовнішні фактори максимально сприяють реалізації проєкту. Результати аналізу чутливості проєкту можуть бути надані у спрощеному вигляді (наприклад, у вигляді звіту про рух грошових коштів за періодами проєкту). Його можна включити до додатка бізнес-плану.

При найгіршому сценарії реалізації проєкту повинна забезпечуватися прибутковість, яка гарантує виконання зобов'язань перед кредиторами та партнерами.

Фінансовий план.

Цей розділ розробляється з метою узагальнення попередніх розрахунків та прогнозів розвитку підприємства. Усі розрахунки подаються у вартісному виразі. Розрахунки фінансового плану дозволяють дійти до висновку про реальність проєкту виходячи з економічної точки зору. Це також допоможе передбачити проблеми та порівняти реальний хід справ із запланованими.

Прогноз робиться на 2–3 роки. Перший — щомісячно, другий та третій — щоквартально. Розділ включає такі документи:

- прогноз обсягу реалізації;
- прогнозований звіт про прибутки та збитки підприємства;
- прогнозований баланс;
- звіт про рух коштів;
- розрахунок точки беззбитковості проекту.

Прогноз обсягу реалізації складається на основі проведення маркетингових досліджень та надає уяву про ту частину ринку, на яку розраховує підприємство.

Прогнозований звіт про прибутки та збитки підприємства включає:

- надходження від продажу товарів;
- собівартість реалізованих товарів;
- загальновиробничі витрати;
- витрати на збут;
- інші виплати, відсотки за кредит;
- відрахування до бюджету та податки;
- чистий прибуток.

Звіт про рух коштів — це документ за допомогою якого можливо оцінити рух коштів за час реалізації проекту з розбивкою за часом.

Звіт повинен вміщувати дані про:

- нарахування чистого прибутку;
- розрахунок амортизаційних відрахувань;
- надходження кредитних чи інших ресурсів;
- погашення зобов'язань (відсотки та основна сума кредиту);
- інвестиційні витрати (придбання основних фондів);
- чистий потік грошових коштів;
- кошти, які залишаються на початок періоду.

Розрахунок точки беззбитковості бажано провести у товарному та грошовому виразі для кожного розрахункового періоду проекту.

Постановка цілей та вибір стратегії.

Суть і основи розробки стратегії підприємства.

Практичне розв'язання проблем, пов'язаних з необхідністю забезпечення існування підприємства не тільки сьогодні, але й у перспективі, залежить від ефективності стратегії.

Стратегія є концепцією інтегрального підходу до діяльності підприємства і являє собою таке поєднання (відповідність) ресурсів і навичок організації, з одного боку, і можливостей і ризику, що виходять з навколишнього середовища, з іншого боку, що діють у сьогоденні і майбутньому, при яких організація сподівається досягти своєї основної мети.

Підприємствам необхідно адаптуватися і до зовнішніх сприятливих можливостей, і до небезпек, виявити відповідні варіанти та забезпечити ефективно пристосування стратегії до навколишніх умов. Стратегічне керування процвітаючих підприємств має справу зі створенням нових сприятливих можливостей за допомогою розробки досконаліших виробничих систем, шляхом взаємодії з урядом і суспільством в цілому.

Стратегія допускає розробку обґрунтованих заходів і планів досягнення намічених цілей, у яких повинні бути враховані науково-технічний потенціал підприємства і її виробничо-збутові можливості.

Стратегічне планування повинно включати:

- прогнозування (передбачення результатів розвитку), що здійснюється під дією існуючих факторів;
- головну лінію поведінки фірми (місію) і мету менеджменту;
- перспективне планування;
- контроль;
- координацію і регулювання, за допомогою яких усуваються відхилення спланованих підсумків від поставленої мети. Ділова стратегія підприємства, як правило, розробляється і формується вищим керівництвом підприємства, а її реалізація передбачає участь усіх рівнів керування з досягнення поставленої мети.

Економічна політика підприємства при розробці стратегій допускає:

- перевірку місії (лінії поведінки) організації;
- формування стратегічних цілей і завдань;
- аналіз зовнішнього оточення і його вплив на функціонування компанії;
- аналіз і оцінку функціональних зон підприємства;
- аналіз сильних і слабких сторін діяльності підприємства;
- оцінку існуючих і перспективних напрямків господарської діяльності;
- вибір стратегії підприємства й уточнення цілей;
- складання щорічного бюджету підприємства в цілому і забезпечення функціонування його господарських центрів. Економічна політика будується на основі повного забезпечення інформацією, що ґрунтується на результатах досліджень, які включають аналіз господарської діяльності підприємства в поточний період і на перспективу.

Аналіз позицій підприємства в конкурентній боротьбі допускає оцінку і визначення результатів, яких можна домогтися, змінивши конкурентну стратегію, іменовану стратегією бізнесу.

При визначенні стратегії підприємства користуються певними показниками, як якісними, так і кількісними.

Якісні показники називають — орієнтирами, кількісні — завданнями.

Орієнтир — це, по суті, більш віддалена частина мети, якої підприємство прагне досягти шляхом розробки стратегії.

Визначення мети — це конкретніший рівень прийняття рішень, що вимагає вироблення відповідних стратегічних завдань у кількісній формі. Стратегія, що розроблена для однієї цілі, не буде застосовна для досягнення інших цілей. Між орієнтирами, цілями і стратегіями існує тісний взаємозв'язок і взаємозалежність.

У даному контексті з приводу стратегічного аспекту можна відзначити наступне:

- по-перше, стратегічний аспект пов'язаний із зовнішніми факторами розвитку організації;
- по-друге, стратегічність — на відміну від тактичних чи оперативних моментів — стосується довгострокових перспектив розвитку організації.

Види цілей підприємства.

Загальні цілі.

Цілі загальні — відбивають концепцію розвитку фірми і розробляються на тривалий період. Вони визначають основні напрямки програми розвитку підприємства, що вимагає точного їхнього формулювання і належного ув'язування з ресурсами. Дані цілі є основою для розробки ділової стратегії фірми.

Одночасно з формуванням цілей відбувається їхнє ранжирування за принципом пріоритетності. У випадку утруднень з ранжируванням цей процес здійснюється за допомогою експертних оцінок.

Довгострокові цілі виконують дві функції. По-перше, встановлення цілей на п'ять і більше років наперед підштовхує менеджерів починати діяти зараз, щоб досягти довгострокових цільових результатів пізніше (компанія що має на меті подвоєння обсягу продажів на протязі 5 років не може чекати настання третього чи четвертого року свого стратегічного плану, щоб починати збільшувати обсяг продажів і коло споживачів!). По-друге, наявність визначених довгострокових цілей спонукає менеджерів зважувати наслідки своїх сьогоднішніх рішень з погляду довгострокових результатів. Людська натура така, що більшість воліє приймати найбільш доцільні на даний момент рішення, а пізніше думати про майбутнє. Проблема зі далекоглядними рішеннями полягає в тому, що вони піддають довгострокову ринкову позицію компанії великому ризику.

Короткострокові цілі розкривають безпосередні і короткострокові результати, які необхідно досягти. Вони показують швидкість, з якою повинна розвиватися організація в кожному з напрямків, а також рівень результативності, запланований на найближчі два чи три поточних періоди. Короткострокові цілі можуть бути ідентичні довгостроковим в окремі періоди, коли організація, досягаючи стратегічних цілей, розв'язує стратегічні завдання. Наприклад, якщо організація має довгострокову мету досягти підвищення прибутку на 15% щороку й у кожен період часу прагнути наблизитися до цієї мети, то короткострокова і довгострокова мета з досягнення зростання прибутку збігаються.

Довгострокові і короткострокові цілі організації можуть не збігатися. Ця ситуація виникає в процесі досягнення деякої комплексної, багатопараметричної мети, коли необхідна взаємодія декількох різних цільових напрямків на кожному відрізку короткострокового планування. Наприклад, довгострокова мета — зайняти лідируюче місце в галузі з обсягів продажів — на кожному етапі свого досягнення може мати різні короткострокові цілі, що можливо навіть конкурують між собою в зв'язку з обмеженістю фінансових і матеріальних ресурсів фірми.

Специфічні цілі.

Дані цілі розробляють у рамках загальних цілей з основних видів діяльності в кожному структурному підрозділі фірми і можуть виражатися в кількісних і якісних показниках.

Специфічні цілі іноді називають функціональними. Дане положення, на нашу думку, буде вірним, якщо цілі носять характер запланованих результатів відповідно до видів діяльності підприємства: планування, маркетинг, виробництво, кадрова робота, бухгалтерія і т.ін.

Ці цілі носять характер «підтримуючих» цілей, чітко погодяться з загальними цілями фірми і є основою для розробки функціональних стратегій.

Прикладом специфічних цілей може бути визначення рентабельності з кожного окремого підрозділу, що виступає центром прибутку.

Крім зазначених вище показників рентабельності, у специфічних цілях, особлива увага приділяється показнику приросту прибутку, що стимулює діяльність центрів прибутку при посиленні централізації на вищому рівні управління.

Оцінка сильних і слабких сторін компанії, її можливостей і небезпек.

Сильні і слабкі сторони підприємства.

Сила — це те, що компанія робить добре, чи її характеристика, що додає їй важливої переваги. Силою може бути майстерність, накопичений досвід, цінний внутрішній ресурс чи конкурентоспроможність, чи досягнення, що ставить компанію в переважне становище на ринку (наприклад, наявність якісної продукції, широка популярність торгової марки, зроблена технологія чи краще сервісне обслуговування споживача). Сила може також бути результатом об'єднання чи кооперації підприємств із партнером, що володіє досвідом і здібностями, які підвищують конкурентоспроможність компанії.

Слабкість — це те, що компанія упускає чи виконує погано (у порівнянні з іншими), чи умови, що приводять до її невігідного становища. Слабкість може привести компанію до вразливості її конкурентної позиції в залежності від масштабів факторів слабості в ринковій ніші.

При виявленні внутрішніх сильних і слабких сторін компанії необхідно ретельно оцінювати ці дві складові з погляду майбутньої розробки стратегії. Деякі сили є більш важливими тому, що вони відтворюють певні позиції в успішній конкурентній боротьбі та формуванні енергійної стратегії.

Деякі внутрішні слабості можуть оцінюватися як нездоланні, у той час, як інші відносяться до несуттєвих чи легко переборних категорій. Оцінка сили і слабості компанії аналогічна складанню стратегічного балансу, у якому сили представляють конкурентні активи, а слабості — конкурентні пасиви. Стратегічні висновки повинні оцінити перевищення сил над слабостями, тобто пасивами (співвідношення 50 на 50 уже є незадовільним).

Завдання організації на даному етапі зводиться до наступного: як перетворити сили компанії в ефективну стратегію і які дії менеджерів необхідні, щоб схилити стратегічний баланс компанії у бік сил (активів) проти слабостей (пасивів).

Принцип розробки стратегії такий — стратегія повинна бути добре пристосованою до сил, слабостей і конкурентних можливостей фірми. Нерозумно приймати стратегічний план, що не може бути виконаний з можливостями і ресурсами, що наявні в компанії, чи який може бути підірваний її слабкими

сторонами. Як правило, менеджери повинні будувати стратегічні плани навколо того, що компанія виконує кращим чином, уникаючи стратегій в галузях, у яких компанія є слабкою чи має неміцні позиції.

Одним з «секретів фірми» у стратегічному менеджменті є об'єднання технологічних і маркетингових «ноу-хау» компанії в центральні переваги, що збільшують її конкурентоспроможність.

Центральні переваги — це те, що компанія виконує особливо добре в порівнянні з її конкурентами. Практично існує безліч типів центральних переваг: майстерність у виробництві високоякісної продукції, «ноу-хау» у створенні і керуванні системою для виконання замовлень покупців акуратно і швидко, здатність забезпечити краще післяпродажне обслуговування.

Можливий також спеціальний підхід для найкращого розміщення роздрібною торгівлі, нестандартні інновації в просуванні нової продукції, майстерність в галузі технології, ретельно розроблений процес дослідження споживчих запитів і смаків, а також виявлення нових ринкових тенденцій. Звичайно, центральні переваги пов'язані зі сполученням кваліфікації і досвіду у виконанні спеціальних видів діяльності чи з розмахом і глибиною в галузі технологічних «ноу-хау».

Важливість центральної переваги пов'язана:

- з додатковою здатністю, яку вона забезпечує компанії в погоні за ринковою можливістю, що відкривається;
- конкурентним рівнем, який вона може забезпечити в ринковій ніші;
- його потенціалом у закладці фундаменту стратегії.

Як правило, простіше побудувати конкурентну перевагу, коли фірма має центральну перевагу у здійсненні діяльності, важливої для ринкового успіху, коли конкуруючі компанії не мають і переваг, що компенсують, і коли для вирівнювання цієї переваги конкурентам потрібно багато часу і грошей. Таким чином, центральні переваги є цінними конкурентними активами, здатними забезпечити основний підйом успіху компанії.

Маркетинг.

Маркетинг можна визначити як мистецтво продавати. Оксфордський тлумачний словник з бізнесу видає цю ідею за служіння суспільству і визначає маркетинг як «процес виявлення, максимізації і задоволення споживчого попиту на вироби компанії».

З маркетингом пов'язані наступні поняття:

- ринок як географічно визначена територія, на якій фірма веде (чи збирається вести) свої операції;
- цільова група — потенційні споживачі, що мають визначені потреби та очікування, що можуть бути задоволені фірмою;
- ринкова конкуренція, пряма і непряма, що розглядається як протидія фірмі в реалізації її мети. Пряма конкуренція відноситься до пропозиції того самого продукту, а непряма — до пропозиції різних способів задоволення потреб (наприклад, можна відправитися у відпустку на потязі, а можна — на літаку);

- аналіз ринку — вивчення основних факторів, що визначають положення фірми на ринку, і оцінка того, як повинна поводитися фірма для досягнення поставленої мети.

Для розкриття сутності маркетингу його зручно представити чотирма перетинами:

1. Реклама, повідомлення до публіки інформації про те, що їй мають намір запропонувати.
2. Сприяння продажам, включаючи післяпродажне обслуговування.
3. Процес продажів.
4. Дослідження ринку, націлене на прогнозування можливих змін у попиті.

Призначення розділу «Маркетинг» у бізнес-плані полягає в доказі того, що збут продукції, зробленої в результаті реалізації проекту, проблем не створить. Ключовим моментом тут є насамперед оцінка можливого обсягу продажів, до якої прив'язується опис каналів реалізації, методів підготовки персоналу та його мотивації. Задачу можна вважати вирішеною, якщо відомі відповіді на наступні питання:

- де знаходиться ринок і яка його потенційна ємність?
- які економічні, соціальні і правові фактори визначають розвиток ринку даного товару чи послуги?
- які можливості цього ринку з погляду обсягу продажів, прибутку і потенційного росту цих показників?
- чи знайшла фірма свою нішу на ринку чи тільки намагається її відшукати? (в останньому випадку важливе аргументовано розповісти про те, як це можна зробити.)
- як можна охарактеризувати цільову групу споживачів і що необхідно зробити, щоб «вийти» на неї? На чому заснована упевненість фірми в тому, що успіху у «своїх» споживачів зможе домогтися саме вона, а не її конкуренти?
- на яких напрямках фірма особливо гостро відчуває тиск з боку конкурентів?
- на чому засновані конкурентні позиції самої фірми (ціна, якість, вид послуги й ін.)?

У нормальній ринковій економіці організація збуту має навіть більш важливе значення, ніж виробництво: товар можна виробити, але хто його купить?

Нижче приводиться зразкова структура документа та наведено пояснення до окремих елементів розділу «Маркетинг».

1. Резюме полягає в короткому описі основних цілей маркетингу, що позначені до виробництва товару і способів їхнього досягнення.

2. Сформована ситуація. Тут дається характеристика ринку, на якому ви працюєте чи збираєтеся працювати, а також позиції компанії на ньому і його сегментах; наводяться дані про продукт, конкурентів і існуючу систему збуту. Розмір ринку в цілому і по сегментах, зокрема, оцінюється за ряд останніх років. Дані по кожному продукту зводяться в таблицю, у якій вказуються об-

сяг продажів, ціни, доход від продажів (виторг). Дані про конкурентів повинні містити інформацію про їхні стратегії у відношенні цін, якості, схем збуту і заходах, що починаються ними для підтримки продажів (цей матеріал готується на основі спостережень за діями конкурентів). На закінчення характеризується система збуту продукту і тренди продажів.

3. Дії і можливості. Тут під діями розуміються зовнішні стосовно компанії зміни, наприклад у сфері законодавства, з якими фірма буде змушена вважатися. Відповідно під можливостями розуміється те, що може зробити сама компанія. Важливо скласти як можна більш повний перелік дій і можливостей.

4. Цілі. Найкраще формулювати чітко і ясно.

5. Стратегія маркетингу. Розкривається по кожному сегменту ринку, на якому працює компанія. Суть стратегії полягає у тому, як фірма збирається досягти поставлені перед собою цілі.

6. Програма дій. Конкретизує, хто, що і коли повинен зробити для досягнення мети.

7. Бюджет. Цілком очевидно, що реалізація будь-якого плану до того, як буде отриманий доход, потребує початкових витрат. З цієї причини реалізація плану маркетингу повинна укладатися в межі сум, що виділяє на ці цілі керівництво компанії.

8. Політика у відношенні термінів гарантій на свої товари. Збільшення термінів гарантій повинно спиратися на постійне підвищення якості виробленої продукції. Споживач повинен бути переконаний у тому, що саме висока якість товару дозволяє фірмі збільшувати тривалість гарантійного періоду. Крім того, необхідно пояснювати, що в тому випадку, якщо у споживача виникнуть претензії до якості товару, фірма їх безумовно розгляне, і на це споживачу не прийдеться витратити багато часу.

9. Презентація товару та його зовнішній вигляд. Очевидна вимога до товару — його впізнаваність. Якщо, наприклад, на полицях магазину товар «губиться» у масі інших, то обране рішення про організацію його продажів у кращому випадку є невдалим. З цієї причини зовнішній вигляд товару відіграє роль того особливого одягу, по якому товар виділяють серед безлічі інших. Чим легше це зробити, тим вдаліше вирішена задача.

Презентація товару — це другий етап кампанії по його просуванню на ринок. Перший етап — це інформація громадськості про проведені роботи по створенню (удосконаленню) товару, підкреслення важливості цих дій (обумовленої, наприклад, підвищенням екологічної безпеки), демонстрація макетів дослідних зразків на виставках з метою виявлення інтересу до свого товару. Важливість цієї діяльності полягає в нав'язуванні суспільству почуття очікування даного товару: товар повинен стати бажаним.

Презентація товару — це заява фірми про те, що вона вже готова запропонувати споживачам. Правила презентації в якісному відношенні залишаються тими ж, як і при презентації бізнес-плану.

10. Ресурси, необхідні для матеріалізації плану. Це кошторис витрат на реалізацію плану.

11. Ваші дії по відстеженню досягнення цілей, поставлених перед компанією. Яким чином ви маєте намір порівнювати один з одним різні підходи до досягнення цілей.

12. Реклама і заходи для просування товару. Засоби масової інформації, що ви збираєтеся залучити для популяризації вашого підприємства, і порівняльний рівень витрат.

13. Управління. Для кожного етапу реалізації плану вказуються цілі і витрати. Це дозволяє керівництву компанії оцінювати, як йде реалізація плану, і приймати рішення, якщо намічаються відхилення від нього.

Концепції продукту і маркетингу.

Розробка концепції продукту починається з з'ясування конкурентоздатності вже виробленої продукції. Відповідним елементом для рішення цієї задачі може служити профіль конкурентоздатності.

Профіль конкурентоздатності будується за допомогою наступного набору показників.

1. Цінова конкурентоздатність продукції.

1.1. Співвідношення цін на внутрішньому ринку на аналогічну продукцію і товари-замінники (для відповіді на це питання важливо оцінити перехресну еластичність товару).

1.2. Співвідношення цін на зовнішньому ринку (низька конкурентоздатність вітчизняної продукції на західних ринках пов'язана насамперед з її репутацією; головною причиною такого положення є зовнішнє оформлення товару).

1.3. Дієвість застосовуваної системи диференціації цін (диференціація цін визначається співвідношенням попиту та пропозиції; політикою конкурентів; системою знижок, що залежить від розміру партії товару).

2. Конкурентоздатність продукції по якості.

2.1. Функціональні особливості продукції.

2.2. Надійність продукції.

2.3. Зручність експлуатації.

2.4. Наявність додаткової користі.

2.5. Престижність продукції.

Наведений вище набір ознак дозволяє чіткіше виділити переваги даного продукту в порівнянні з продуктом, що пропонуються конкурентом.

3. Додаткові аспекти.

3.1. Конкурентоздатність системи збуту продукції.

3.2. Ефективність реклами.

3.3. Якість системи обслуговування споживачів. Потенційний споживач хоче одержати позитивну відповідь на питання, чи заощадить він гроші, купуючи ваш продукт (послугу), і чи призведе ця покупка до росту його прибутку.

Концепція продукту фокусується на поліпшенні якості, експлуатаційних характеристик, підкреслює «родзинку» продукту, акцентує увагу на постійній роботі з його удосконалення. Ідея про те, що продукти високої якості продають самі себе, невірна.

Метою концепції маркетингу є розробка програми дій, що впливає з виявлення потреб і побажань покупця. Компанія повинна запропонувати кращі у порівнянні з конкурентами способи їхнього задоволення.

Концепція маркетингу орієнтується насамперед на покупця, а не на продавця. Вона застосовується в першу чергу фірмами, що виробляють споживчі товари, та великими компаніями. Соціальний аспект концепції орієнтується на задоволенні побажань споживачів способом, що максимально сприяє поліпшенню умов життя.

Приступаючи до розробки концепції маркетингу, важливо використовувати для цих цілей усю доступну інформацію. Це можуть бути спостереження за потоками машин і пішоходів, а також за покупцями в тому місці, де передбачається відкрити бізнес (для розміщення продуктів і послуг); відвідування магазинів конкурентів (для оцінки номенклатури товарів і цін на них); збір надрукованих рекламних оголошень.

Стандартна стратегія маркетингу складається з 6 елементів:

- 1) постановка цілей перед торговою ланкою;
- 2) розробка стратегії продажів;
- 3) структура і розмір продажів, стимулювання;
- 4) підготовка торгового персоналу;
- 5) спостереження за ходом продажів;
- 6) оцінка й осмислення одержуваних результатів.

Ціноутворення.

Встановлюючи ціну на свою продукцію, виробник переслідує відразу кілька цілей, найважливішими з яких є збереження своєї справи, максимізація поточного прибутку, лідерство на ринку і лідерство по якості продукту.

Стандартний аналіз загальної динаміки цін є вихідним пунктом роботи. Очевидне рішення полягає в крайній небажаності підніматися над рівнем тренда: звичайно, дуже хочеться продати свій товар якнайдорожче, але при цьому треба бути готовим до того, що конкуренти не упустять можливість продати такий же товар дешевше, але з прибутком.

Найбільшу популярність одержали чотири підходи до встановлення цін.

1. Витрати плюс. У цьому випадку до витрат виробництва додаються витрати по реалізації плюс прибуток постачальника (виробника). Цю ціну постачальник хоче одержати за свій товар.

2. Ціна споживача. Підхід до її визначення виходить з вивчення існуючих на ринку цін і визначення на цій основі ціни на свій товар. Цю ціну споживач готовий заплатити за товар.

3. Ціни, що стежать. Цей метод застосовується найчастіше в тому випадку, коли важко оцінити еластичність товару, що найбільше характерно для товарів виробничого призначення. У цьому випадку виробник при встановленні ціни на свій товар орієнтується на ціну лідера, що і визначає назву «ціни, що стежать».

4. Ціни, що випереджають. Виробник намагається зрозуміти, яку ціну встановить на свою продукцію конкурент, і в деякому розумінні змагається з ним.

Вибір відповідного підходу до формування ціни тісно пов'язаний з положенням товару на кривій життєвого циклу. Якщо випуск товару тільки налагоджується, то доцільніше всього зафіксувати для себе мінімально припус-

тиму ціну, що буде вихідною точкою при переговорах про продаж товару. На цій основі визначаються гранично припустимі ціни на компоненти. Якщо товар виробляється давно, то частіш усього використовується схема «витрати плюс». При цьому варіанті покупець повинен передбачити в договорі можливість, у випадку росту цін, разом з постачальником виробити рекомендації зі зниження витрат.

При організації справи важливо ясно уявляти собі реакцію економіки на зміни, пов'язані з цінами.

Просування продукту.

Просування продукту на ринок у західних країнах визначається наступним набором дій:

- реклама;
- активізація зв'язку фірми з громадськістю;
- кампанія по роздачі безкоштовних подарунків чи паперових марок з оголошеною вартістю, нагромадження яких надає право безкоштовного придбання товару з оголошеного асортименту в магазині, що випустив такі марки;
- демонстрації і виставки;
- тимчасові зниження цін;
- продаж товарів у рознос агентами;
- продаж через Інтернет, розсилання листів і т.д.

Як видно, до просування продукту відноситься все, що сприяє росту продажів. Більш того, поступово складається практика (принаймні серед західних компаній, що працюють в Україні) представляти витрати по просуванню товару як інвестиції.

Реклама. Розвиток реклами на Україні регламентується законом України «Про рекламу» № 270/96-ВР від 03 липня 1996 р. Для більшості українських підприємств реклама зводиться до підготовки каталогів і прайс-листів продукції на українській і англійській мовах. Це зв'язано з недостатньою кількістю фінансових ресурсів на рекламні заходи.

При виборі форм реклами в основному використовуються стандартні рецепти, що значною мірою зв'язано з нестачею фахівців, особливо у віддалених регіонах України.

Перед тим як вибрати той чи інший засіб масової інформації для розміщення реклами, важливо визначити їхню аудиторію і тих клієнтів рекламного агентства, що одержують користь від розміщення в них своєї реклами.

Спробні продажі з метою «розігріти» ринок і уточнити його розмір. Спробні продажі проводяться найбільш кваліфікованими продавцями, що роз'яснюють потенційним покупцям переваги товару. Це найдорожчий спосіб просування товару на ринок, оскільки в його основі лежить «штучна» робота.

Премії за покупку. Зміст цього виду підтримки продажів полягає в тому, що споживач одержує деяку вигоду після придбання товару на визначену суму. Відмінність цього виду підтримки продажів від реклами полягає в тому, що в рекламі споживача тільки призивають купити даний товар, а тут він одержує вигоду від покупки. На Заході поширена практика повернення податку на додаткову вартість іноземцям при виїзді з країни.

Підготовка і розсилання інформаційних матеріалів. Зміцнення іміджу компанії в очах існуючих і потенційних клієнтів, включаючи протидію негативної інформації про компанію (навіть на рівні слухів), досягається підготовкою і розсиланням інформаційних матеріалів, що розповідають про досягнення компанії. Це самий недорогий спосіб підтримки продажів.

Фінансування на безоплатній основі. З метою активізації зв'язку фірми з громадськістю шляхом залучення уваги як можна більшого числа людей до імені фірми найбільше часто прибігають до фінансування на безоплатній основі суспільно-політичних чи благодійних заходів з висвітленням цього факту в засобах масової інформації. Поряд з цим прийомом використовується спонсорство чи пайова участь у фінансуванні суспільно-політичних чи культурно-масових заходів, що надає право спонсору рекламувати себе в популярних радіо — і телепередачах, присвячених зафіксованим у договорах з організаторами заходам.

Організація збуту: канали реалізації товару.

Аналіз показує, що в найкращому положенні в порівнянні з іншими на Україні знаходяться ті підприємства, що мають власну мережу збуту, включаючи фірмові магазини. Найгірше положення в підприємств, що працюють по толлінгу, тобто коли хтось закуповує для виробника сировину і матеріали і забирає вироблену продукцію, оплачуючи підприємству послуги по переробці закуплених для нього матеріалів. При такій організації справи цей хтось залишає підприємству необхідний мінімум. Не є ефективною і схема реалізації продукції через посередника. Справа не тільки в тому, що підприємство втрачає частину прибутку. У стратегічному плані гірше інше: воно ізольовано від кінцевого споживача.

Просування товару від виробника до споживача відбувається по каналах реалізації, що виконує наступні функції:

- збір інформації для планування виробництва і продажів;
- перебування потенційного покупця і сприяння контактам з ним;
- фізичне просування товару чи логістика; поділ ризику.

Традиційна організація збуту виходить з послідовного просування товару від виробника до споживача по ланцюжку: виробник — оптовик — роздріб — споживач.

При такій організації справи кожна ланка функціонує зовсім самостійно, домагаючись для себе прибутку. Очевидний недолік схеми полягає в роз'єднаності інтересів учасників — кожен грає сам за себе.

Так, приватизація в агропромисловому комплексі привела до відокремлення виробників, переробників і торговців, і кожен з яких постарався при встановленні ціни врахувати свій інтерес. Результат-втрата позицій на власному ринку.

Більш сучасними є інтегровані маркетингові системи.

Вертикальна маркетингова система виходить з того, що дві перших ланки (виробник і оптовик) функціонують як єдине ціле. Побудова вертикальної маркетингової системи забезпечується перехресним володінням акціями, входженням представників однієї ланки в раду директорів іншої ланки, виводом контрактів між ними, що передбачають розподіл отриманого доходу (договори про спільну діяльність).

З погляду організаційної структури, виділяється три типи вертикальної маркетингової системи:

- 1) корпоративний — усі ланки системи належать одній корпорації;
- 2) контрактний — незалежні ланки системи укладають між собою контракти, що дозволяють одержувати більший дохід;
- 3) адміністративний — керування здійснюється через переважаючу силу однієї ланки, найчастіше виробника.

Контрактна вертикальна маркетингова система, у свою чергу, підрозділяється на три групи.

Першу складають торговці, що фінансуються оптовиком. У цьому випадку оптовик не просто фінансує роздрібних торговців, що дозволяє їм конкурувати з великими магазинами, але й організує їхню роботу.

Друга група — це торгові кооперативи, традиційна для сільської місцевості споживча кооперація.

У третю групу входять підприємства, що працюють на умовах франчайзингових угод. Це, по-перше, роздрібна мережа виробника, якщо виробник безпосередньо займається кінцевою реалізацією своїх товарів, наприклад фірмові магазини, у яких продається повний асортимент виробів фірми. По-друге, оптова мережа виробника, наприклад, коли з концентрату виробляється напій: виробник поставляє концентрат, оптовик готує з нього партію для роздрібного торговця. По-третє, сервісна роздрібна мережа.

Горизонтальна маркетингова система виникає у випадку, коли два (чи більш) незалежних виробники одного рівня спільними зусиллями створюють розподільну мережу. Сьогодні на Україні це украй важливо для агропромислового комплексу, де руйнування мережі збуту, що існувала, поставило виробників під диктат переробників. Стихійно виникаюча торгівля з машин у містах — спроба виробників вирватися з цієї залежності. Формування незалежної мережі збуту змусить переробників змінити своє поводження.

Набагато менш розповсюдженою є практика продажу виробником товарів споживачам, а не торговцям. До таких методів торгівлі відносяться: збір замовлень і відправлення товарів поштою, повсюдне розсилання реклам, реалізація по телефонних замовленнях і інші види послуг, що готові зробити виробники споживачу, щоб продати свій товар.

Прямий збут одержав поширення у торгівлі м'ясними і молочними продуктами. Вигода для заводу очевидна навіть з урахуванням додаткових витрат на організацію прямих продажів: роздрібні ціни виявляються нижче завдяки тому, що витрати на збут менше знижок, необхідних посередником, що представляє розподільну мережу чи пряму торгівлю.

Стратегія у відношенні конкурентів.

Висвітлення даної теми в бізнес-плані багато чого розповість уважному читачу про серйозність ваших намірів: чим більш змістовною інформацією ви володієте про своїх конкурентів, тим вище імовірність успіху справи. Мінімум даних про конкурентів зводиться до наступного:

- імена основних конкурентів, що продають не менш 50% товару, динаміка частки продажів кожного з них на ринку;

- сильні і слабкі сторони основних конкурентів;
- ціни на продукт вашої фірми у порівнянні з цінами конкурентів;
- незалежні фірми і публікації, що давали порівняльну оцінку вашої фірми і фірм конкурентів.

1. Ідентифікація компаній-конкурентів.

На цьому етапі виявляються ті, хто займається збутом продукції, аналогічної тій, котру ви вже робите чи маєте намір робити в найближчому майбутньому. Іноземні компанії найчастіше створюють системи збуту на Україні з українських юридичних осіб. Що стосується українських виробників, то, на жаль, немає надійного вичерпного джерела інформації про них, і тому необхідні дані приходиться збирати по крупицях. Найбільш надійне джерело такої інформації — це потенційні споживачі і консультаційні фірми, що працюють у відповідній сфері. При виявленні конкурентів українською важливо звертати увагу на подібність і розходження в підходах до справи в них і у вашій компанії. Таке порівняння може відкрити шлях до розробки унікальної можливості продажів.

2. Ідентифікація стратегій конкурентів.

Тут мова йде про стратегічні групи, тобто компанії, які дотримуються на ринку якщо не однакових, то у всякому разі близьких стратегій. Для цього треба мати можливо більш повну інформацію про якість конкуруючого продукту чи послуги для споживача, політиці ціноутворення, витратах по збуту, включаючи витрати на рекламу.

3. Виявлення сильних і слабких сторін конкурентів.

Першим кроком є збір усієї доступної інформації про конкурентів. Якщо зібраних даних виявиться недостатньо, тоді необхідно провести польове дослідження, щоб з'ясувати, як споживач оцінює ваш товар і товар, вироблений конкурентами. Для виявлення слабких сторін конкурента важливо скласти можливо більш повний перелік розумінь, якими може керуватися конкурент, і протестувати їх з погляду відповідності реальному положенню справ. Оскільки польове дослідження коштує дорого, воно повинно бути дуже ретельно підготовлено.

4. Оцінка можливої реакції конкурентів на ті чи інші дії, що можуть бути проти них початі.

Така оцінка проводиться найчастіше на основі зведень про діяльність конкуруючої компанії.

5. Вибір стратегії стосовно конкурентів.

Найчастіше атаці піддаються саме слабкі конкуренти. Однак при цьому треба побоюватися того, що усунення слабких конкурентів може призвести до посилення великих і більш сильних. Лідер ринку прагне зберегти своє панування і для цього змушений діяти в трьох напрямках: розширювати попит, захищати свою частку на ринку і намагатися збільшити її. «Другий» на ринку у своїй стратегії орієнтується на лідера ринку. Освоєння ніші засноване на ідеї спеціалізації: фірма виявляє незайняту нішу на ринку і стосовно до неї спеціалізує своє виробництво.

Стандартний профіль конкурентоздатності містить у собі характеристику:

- загального стану конкуренції: збереження середовища чи поява нових конкурентів за останній рік;
- розходжень у товарах чи послугах;
- якості товару чи послуги;
- ціни продажів;
- обслуговування споживачів;
- кредитної політики;
- репутації товару й іміджу фірми;
- розміщення й організації збутової мережі;
- ефективності реклами;
- якості робочої сили;
- фінансової могутності;
- ролі держави та місцевої влади у регулюванні ринку конкретного товару (послуги).

Побудова плану виробництва.

Основне призначення даного розділу бізнес-плану складається в переконанні потенційного інвестора чи кредитора в тому, що весь виробничий процес добре продуманий. Тут повинен бути даний короткий опис технології, тобто розказано про те, як продукт виробляється, яке для цього необхідно устаткування і яким чином можна одержати відсутнє, яка буде потрібна робоча сила. Вкрай важливо показати, як буде забезпечений контроль за реалізацією намічених цілей.

Нарешті, особлива тема — це забезпечення якості. Тут повинні бути наведені переконливі докази того, що все необхідне для виробництва якісного товару передбачено.

Логіка побудови плану виробництва.

Метою опису програми виробництва є наведення переконливих доказів можливості економічно ефективної реалізації задуманого — інвестиційного проекту. Першим кроком у такому описі є інформація про самий продукт і ключові характеристики виробництва, що з ним зв'язані.

План виробництва.

При викладі даного розділу для діючого підприємства необхідно висвітлити наступні моменти:

- розміщення виробництва (в одному чи декількох будинках, їх поверховість, площа);
- з чого і коли побудовані ці будинки;
- земельна ділянка, його площа, юридична підстава користування нею;
- основні види використовуюваного устаткування, його вік;
- власність на устаткування і машини, частка лізингу;
- рівень використання виробничих потужностей (огляд стану основних видів устаткування, обґрунтування закупівлі нового обладнання. Останнє вказується тільки в тому випадку, якщо проект передбачає дооснащення підприємства устаткуванням і не передбачає будівельних робіт);
- змінність, понаднормові роботи;

- основні постачальники і встановлення контактів з ними (висвітлення останнього питання можна пов'язати з управління фірмою, зокрема з темою про основних партнерів фірми). Бажано провести порівняльний аналіз швидкості обороту грошей у середньому по галузі і на фірмі. У ході аналізу важливо пояснити причину відмінностей.

План виробництва розробляється тільки після того, як у результаті маркетингового дослідження з'ясовані перспективи розширення збуту продукції.

Побудова цього розділу бізнес-плану істотно залежить від особливостей підприємства. Одна справа — діюча, вже відома фірма, що виводить на ринок новий різновид товару, і зовсім інше — нова фірма, що рушійна лише ентузіазмом та володіюча зовсім невеликими засобами.

ЧАСТИНА 4

РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА КООПЕРАТИВНИХ ЗАСАДАХ

Важливим елементом розвитку сільських територій є розвиток сільськогосподарського підприємництва. Формування нового бізнесу, передусім з розряду малого чи середнього, має бути в центрі уваги місцевої влади, оскільки зростання кількості робочих місць у малому та середньому бізнесі, підвищення завдяки цьому доходів населення — це значною мірою результат її діяльності.

Перспективними напрямками розвитку малого бізнесу на сільських територіях є бджільництво, розведення ставкової риби, вирощування лікарських трав, мініпереробка молока і хлібопечення, тваринництво, деревопереробка, надання туристичних послуг, так званий сільський, «зелений» туризм (агротуризм), придорожній сервіс, особливу увагу варто приділити розвитку народних промислів.

Розвитку підприємницької діяльності в сільській місцевості може значно сприяти кооперація. Виходячи з основних принципів кооперації та практичного досвіду діяльності сільськогосподарських кооперативів за умов докорінного реформування в аграрному секторі економіки, сільськогосподарська кооперація на даному етапі це:

- вища форма самоорганізації сільськогосподарських товаровиробників в цілому, і усіх селян як власників особистих селянських господарств зокрема;
- високоорганізована форма взаємодопомоги, взаємовиручки;
- високоорганізована форма захисту своїх соціальних та економічних прав та інтересів;
- високоорганізована форма самооборони від монополістів та нечесної конкуренції в період розбудови ринкового середовища.

Справжній кооператив — це не лише тип підприємства, а ідеологія виживання сільськогосподарського виробника і сільського населення в цілому.

Сільськогосподарський кооператив — єдиний шлях до:

- створення в сільській місцевості здорової соціальної, психологічної атмосфери;
- вирішення питань соціальної захищеності сільських жителів, і в першу чергу членів кооперативу;
- самоорганізації і «самооборони» сільськогосподарських товаровиробників від впливу зовнішніх факторів не завжди сумісних з цивілізованими ринковими відносинами;
- вихід на організований та ефективний ринок реалізації вирощеної сільськогосподарської продукції;
- спільного вирішення виробничих, соціально-побутових та інших проблем;
- спільних заходів щодо запобігання забруднення довкілля, розвитку мережі екологічної освіти та інформації;

- навчання, підвищення поінформованості та знань нових технологій;
- можливості координування своєї діяльності, задоволення потреби людей у групових діях щодо пошуку ефективних механізмів захисту різноманітних інтересів членів кооперативу.

Мета розвитку сільськогосподарської обслуговуючої кооперації — підвищення ефективності сільськогосподарської діяльності, поліпшення умов розширеного відтворення в аграрному секторі економіки та підвищення рівня життя сільського населення шляхом зменшення витрат членів кооперативу за рахунок придбання матеріально-технічних ресурсів кращої якості за нижчими цінами, надання їм всіх необхідних послуг найкращої якості за цінами, нижчими запропонованих комерційними структурами та збільшення прибутковості сільськогосподарських товаровиробників через отримання найбільшої можливої ціни за продукцію, що реалізується через кооператив.

Основні завдання розвитку сільськогосподарської обслуговуючої кооперації:

- підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва завдяки оптимізації витрат товаровиробників на придбання засобів виробництва, проведення окремих технологічних операцій, здійснення маркетингових досліджень, а також збільшення прибутку від реалізації продукції через свої неприбуткові кооперативні формування;
- розширення доступу сільськогосподарських товаровиробників до агро-сервісних послуг;
- сприяння формуванню на кооперативних засадах елементів інфраструктури аграрного ринку — агроторгових домів, заготівельних пунктів, аукціонів живої худоби та птиці, оптових продовольчих та плодоовочевих ринків тощо;
- активізація процесів формування сприятливого конкурентного середовища шляхом підтримки розвитку альтернативних комерційним структурам маркетингових каналів руху продукції до споживача, що належать самим сільськогосподарським товаровиробникам;
- стимулювання процесів самоорганізації сільськогосподарських товаровиробників усіх форм власності і сільського населення на кооперативних принципах для організації та забезпечення проведення сільськогосподарських робіт, спільного використання майна, надання технологічних, соціально-побутових та інших послуг;
- удосконалення для сільськогосподарських товаровиробників процесу реалізації продукції, ефективніше використання каналів збуту, допомога в досягненні міцних позицій на ринку сільськогосподарськими товаровиробниками, протистояння недобросовісній конкуренції, адаптація сільськогосподарських товаровиробників за допомогою сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів до умов ринкової економіки;
- повніше задоволення потреб споживачів доброякісної продукції і доступних цінах на продовольчі товари;
- розвиток та підвищення ефективності особистих селянських господарств, підвищення доходів та рівня життя сільських жителів;

- подальша розбудова соціальної інфраструктури на селі, підвищення доходів сільського населення, розвиток газифікації, електропостачальної, телефонної мереж тощо;

- створення додаткових робочих місць у сільській місцевості.

В Україні є практично всі необхідні правові та соціально-економічні передумови розвитку сільськогосподарської кооперації.

Основою її функціонування є Закон України «Про кооперацію» та Закон України «Про сільськогосподарську кооперацію». Відповідно до Закону України «Про сільськогосподарську кооперацію» сільськогосподарські кооперативи за цілями, завданнями і характером діяльності поділяються на виробничі та обслуговуючі.

Сільськогосподарський виробничий кооператив — юридична особа, утворена шляхом об'єднання фізичних осіб, які є сільськогосподарськими товаровиробниками, для спільного виробництва продукції сільського, рибного і лісового господарства на засадах обов'язкової трудової участі у процесі виробництва.

Сільськогосподарський обслуговуючий кооператив — кооператив, створений для надання послуг переважно членам кооперативу та іншим особам з метою провадження їх сільськогосподарської діяльності.

Виробничі кооперативи здійснюють господарську діяльність на засадах підприємництва з метою отримання доходу. Обслуговуючі кооперативи спрямовують свою діяльність на обслуговування сільськогосподарського та іншого виробництва учасників кооперації. Залежно від виду діяльності вони поділяються на переробні, заготівельно-збутові, постачальницькі, сервісні та інші.

Обслуговуючі кооперативи створюються для надання комплексу послуг, пов'язаних з виробництвом, переробкою, збутом продукції рослинництва, тваринництва, лісівництва і рибництва. Обслуговуючі кооперативи, здійснюючи обслуговування членів кооперативу, не ставлять за мету отримання прибутку.

Обслуговуючі кооперативи надають послуги відповідно до статуту іншим особам в обсягах, що не перевищують 20 відсотків загального обороту кооперативу.

До переробних кооперативів належать кооперативи, які займаються переробкою сільськогосподарської сировини (виробництво хлібобулочних, макаронних виробів, овочевих, плодово-ягідних, м'ясних, молочних, рибних продуктів, виробів і напівфабрикатів з льону, коноплі, лісо- і пиломатеріалів тощо).

Заготівельно-збутові кооперативи здійснюють заготівлю, зберігання, передпродажну обробку, продаж продукції, надають маркетингові послуги тощо.

Постачальницькі кооперативи створюються з метою закупівлі та постачання засобів виробництва, матеріально-технічних ресурсів, необхідних для виробництва сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки; виготовлення сировини і матеріалів та постачання їх сільськогосподарським товаровиробникам.

Сервісні кооперативи здійснюють технологічні, транспортні, меліоративні, ремонтні, будівельні, еколого-відновні роботи, здійснюють ветеринарне обслуговування тварин і племінну роботу, займаються телефонізацією, газифікацією, електрифікацією в сільській місцевості, надають медичні, побутові, санаторно-курортні, науково-консультаційні послуги, послуги з ведення бухгалтерського обліку, аудиту та інше.

У разі поєднання кількох видів діяльності утворюються багатофункціональні кооперативи. Кооперативи можуть на добровільних засадах утворювати об'єднання, які в свою чергу можуть утворювати об'єднання вищого рівня за галузевими чи територіальними ознаками. Кооперативи та їх об'єднання мають право виступати засновниками різних видів підприємств, мати представництва в інших регіонах України та за її межами. Кооперативи створюються і здійснюють свою діяльність за такими принципами:

добровільність членства фізичних і юридичних осіб в кооперативі та безперешкодний вихід з нього;

обов'язкова трудова участь членів у діяльності виробничого кооперативу;

обов'язкова участь членів у господарській діяльності обслуговуючого кооперативу;

відкритість і доступність членства для тих, хто визнає статут кооперативу, бажає користуватися послугами цього кооперативу та у разі потреби погоджується брати участь у фінансуванні його на умовах, встановлених статутом кооперативу;

демократичний характер управління, рівні права у прийнятті рішень за правилом «один член кооперативу — один голос»;

обмеження виплат часток доходу на паї;

розподіл доходу між членами кооперативу відповідно до їх участі в діяльності кооперативу;

контроль членів кооперативу за його роботою в порядку, передбаченому статутом цього кооперативу.

Кооператив створюється його засновниками на добровільних засадах. Засновниками кооперативу можуть бути громадяни України та юридичні особи, зареєстровані в Україні. Рішення про створення кооперативу приймається його установчими зборами. Чисельність членів кооперативу не може бути меншою ніж три особи. Державна реєстрація кооперативу здійснюється в порядку, передбаченому для державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності. Кооператив вважається створеним і набуває прав юридичної особи з дня його державної реєстрації. Кооператив має самостійний баланс, поточні та вкладні (депозитні) рахунки в установах банків, печатку із своїм найменуванням.

Відмова у державній реєстрації кооперативу може бути оскаржена в судовому порядку. Статут кооперативу є основним правовим документом, що регулює його діяльність. У статуті визначаються: найменування кооперативу та його місцезнаходження; предмет і мета діяльності; порядок вступу до кооперативу і виходу з нього; порядок визначення розміру та порядок внесення вступного внеску і паю; склад засновників кооперативу; права і обов'язки

членів кооперативу; органи управління, порядок їх формування і компетенція; формування неподільного та інших фондів; форми трудової участі та оплати праці членів виробничого кооперативу та форми господарської участі членів обслуговуючого кооперативу; розподіл доходів кооперативу; співвідношення між кооперативними виплатами і виплатами на паї; умови реорганізації та ліквідації кооперативу. До статуту можуть включатися й інші положення, пов'язані з особливостями діяльності кооперативу, що не суперечать законодавству України (додаток 6, 7).

Статут кооперативу приймається засновниками на установчих зборах, зміни та доповнення до нього вносяться загальними зборами його членів. Повідомлення про зміни та доповнення до статуту надсилаються до органу, що зареєстрував кооператив, у тижневий термін з часу їх внесення. Членами виробничого кооперативу можуть бути тільки фізичні особи, а членами обслуговуючого кооперативу — як фізичні, так і юридичні особи, які визнають статут і дотримуються його вимог, користуються послугами, формують фонди та беруть участь у діяльності кооперативу. Членами кооперативу можуть бути фізичні особи, які досягли 16-річного віку і виявили бажання брати участь у діяльності кооперативу. Фізичні або юридичні особи можуть бути членами кількох обслуговуючих кооперативів, різних за напрямками діяльності. Вступ до кооперативу здійснюється на підставі поданої заяви. Член кооперативу робить вступний і пайовий внески в порядку, визначеному статутом кооперативу. Рішення правління (голови) кооперативу про прийняття до кооперативу підлягає схваленню загальними зборами. Порядок прийняття такого рішення та його схвалення визначається статутом кооперативу.

Членство в кооперативі припиняється у разі:

- добровільного виходу з кооперативу;
- припинення трудової участі в діяльності виробничого кооперативу;
- виключення у випадках і в порядку, визначених статутом кооперативу;
- несхвалення загальними зборами рішення правління (голови) про прийняття до кооперативу;
- втрати членом кооперативу — юридичною особою свого статусу;
- смерті члена кооперативу;
- реорганізації та ліквідації кооперативу.

Порядок та майнові наслідки припинення членства в кооперативі визначаються його статутом. Виключення з членів кооперативу може бути оскаржено в судовому порядку.

Права і обов'язки членів кооперативу.

Основними правами членів кооперативу є:

- участь в управлінні справами кооперативу, право голосу на загальних зборах кооперативу, право обирати і бути обраним в органи управління кооперативом. Для членів кооперативу — юридичних осіб ці права реалізуються їх повноважними представниками;
- користування послугами кооперативу;
- одержання кооперативних виплат — частини доходу кооперативу, що підлягає розподілу між його членами;

одержання частки доходу на пай (додатковий пай);
одержання паю в разі виходу з кооперативу в порядку і термін, визначені статутом кооперативу.

Основними обов'язками членів кооперативу є дотримання статуту та виконання рішень загальних зборів і правління кооперативу. Члени кооперативу беруть участь у господарській діяльності обслуговуючого кооперативу в обов'язі, що становить більшу частину річного обороту діяльності, яка кооперується.

Статутом кооперативу може бути передбачено додаткові права та обов'язки членів кооперативу.

У кооперативах усіх видів допускається асоційоване членство. Асоційованими членами можуть бути фізичні чи юридичні особи, які визнають його статут та зробили пайовий внесок у створення та розвиток кооперативу. Асоційовані члени кооперативу мають право дорадчого голосу, а також на отримання частки доходу на свій пай. Члени кооперативу можуть переоформити членство в кооперативі на асоційоване членство в порядку, визначеному статутом кооперативу. Розміри пайових внесків асоційованих членів визначаються статутом кооперативу. У разі ліквідації кооперативу його асоційовані члени мають першочергове право на отримання свого майнового внеску та відповідних часток доходу і повернення їх земельних ділянок у натурі (на місцевості). Управління кооперативом здійснюється на основі самоврядування, гласності, участі його членів у вирішенні питань діяльності кооперативу. Вищим органом управління кооперативу є загальні збори. До органів управління належить правління кооперативу. У разі потреби кооператив наймає виконавчого директора, утворює спостережну раду. Для підготовки окремих питань загальні збори, а в період між ними — правління кооперативу або спостережна рада можуть утворювати спеціальні комісії з членів кооперативу із залученням як консультантів найманих працівників. Загальні збори:

вносять зміни і доповнення до статуту, приймають нормативні документи кооперативу;

обирають шляхом прямого таємного голосування голову кооперативу та членів правління кооперативу, членів ревізійної комісії (ревізора), можуть обирати членів спостережної ради тощо;

заслуховують звіти органів управління кооперативу про їх діяльність; визначають види і розміри фондів кооперативу, порядок їх формування та використання;

затверджують:

правила внутрішнього розпорядку;

річний звіт і баланс кооперативу;

порядок формування і розподілу доходу кооперативу;

рішення правління кооперативу про прийняття нових членів;

вирішують:

питання про входження кооперативу до об'єднання кооперативів, створення підприємств різних видів;

питання про реорганізацію або ліквідацію кооперативу.

Загальні збори мають право приймати будь-які інші рішення, пов'язані із статутною діяльністю кооперативу. Загальні збори проводяться щорічно після закінчення фінансового року. Вони можуть скликатися позачергово за рішенням правління кооперативу або з ініціативи не менше третини членів кооперативу. Правління кооперативу зобов'язане прийняти рішення про скликання загальних зборів і повідомити членів кооперативу про час і місце їх проведення та порядок денний не пізніше ніж за 10 днів. Загальні збори правомочні приймати рішення, якщо на них присутні більше половини членів кооперативу.

Правління кооперативу обирається у кооперативі, до складу якого входить не менш як 10 членів, на термін, що не перевищує трьох років. Правління кооперативу:

- розробляє і вносить на затвердження загальних зборів напрями розвитку кооперативу;

- скликає загальні збори членів кооперативу і контролює виконання прийнятих ними рішень;

- вирішує найсуттєвіші питання господарської діяльності згідно із статутом;

- вносить на затвердження загальних зборів рішення про прийняття до кооперативу нових членів та припинення членства;

- укладає трудові договори (контракти) у разі найму на роботу виконавчої дирекції та оцінює її діяльність;

- делегує виконавчій дирекції кооперативу право на прийняття поточних рішень;

- забезпечує збереження майна кооперативу;

- організовує у разі потреби проведення незалежних аудиторських перевірок;

- вирішує питання навчання членів кооперативу, співробітництва з вітчизняними та іноземними організаціями. Члени правління кооперативу можуть обирати із свого складу голову кооперативу, заступника голови та секретаря правління відповідно до статуту кооперативу. Члени правління кооперативу працюють переважно на громадських засадах. У статуті кооперативу можуть бути передбачені винагороди за роботу членів правління. Періодичність проведення засідань правління кооперативу визначається статутом кооперативу. Рішення приймається більшістю голосів за наявності не менш як 2/3 складу членів правління кооперативу. Голова кооперативу очолює правління і обирається загальними зборами кооперативу або його правлінням на термін, що не перевищує трьох років. Функції голови кооперативу та порядок його обрання (відкликання) визначаються статутом кооперативу.

У разі відсутності виконавчого директора його функції виконує голова кооперативу. Правління кооперативу може наймати виконавчого директора для оперативного управління діяльністю кооперативу. Виконавчий директор не може бути членом кооперативу. Виконавчий директор здійснює свою діяльність на умовах контракту, який укладає з ним правління кооперативу, формує виконавчу дирекцію та виконує функції, делеговані йому правлінням.

Виконавчий директор несе відповідальність за свою діяльність перед кооперативом. Для контролю за діяльністю виконавчого органу кооперативу може обиратися спостережна рада. Спостережна рада утворюється за умови, якщо кількість членів кооперативу становить не менш як 50 осіб. Спостережна рада обирається з членів кооперативу на загальних зборах у кількості 3-5 чоловік, якщо інше не передбачено статутом кооперативу. Порядок обрання спостережної ради та її голови і прийняття рішень спостережною радою встановлюються статутом кооперативу. Член спостережної ради не може бути членом правління чи ревізійної комісії. Для контролю за фінансово-господарською діяльністю кооперативу обирається ревізійна комісія (ревізор).

У кооперативі, до складу якого входить менш як 10 членів, функції ревізійної комісії виконує ревізор. Ревізійна комісія (ревізор) підзвітна загальним зборам кооперативу. Ревізійна комісія (ревізор) обирається загальними зборами з числа членів кооперативу відповідно до порядку голосування, встановленого статутом кооперативу. Членами ревізійної комісії (ревізором) не можуть бути члени правління кооперативу чи спостережної ради.

Право власності кооперативу.

Кооператив є власником будівель, споруд, грошей, майнових внесків його членів, виготовленої ним продукції, доходів, одержаних від її реалізації та іншої діяльності, передбаченої статутом кооперативу, а також іншого майна, придбаного на підставах, не заборонених законом. Право власності на землю може набуватися кооперативом шляхом внесення до пайового фонду земельних ділянок його засновниками та членами, а також придбання земельних ділянок за договорами купівлі-продажу, дарування, міни, іншими цивільно-правовими угодами відповідно до Земельного кодексу України.

Для здійснення господарської та іншої діяльності кооператив за рахунок власного майна формує відповідні майнові фонди. Майно кооперативу відповідно до його статуту поділяється на пайовий і неподільний фонди. Неподільний фонд утворюється за рахунок вступних внесків та майна кооперативу (за винятком землі). Пайові внески членів кооперативу до нього не включаються. Порядок формування і розміри неподільного фонду встановлюються статутом. Розміри пайових внесків до кооперативу встановлюються в рівних частинах і/або пропорційно очікуваній участі члена кооперативу в його господарській діяльності. Фінансові ресурси кооперативу формуються за рахунок: доходу від реалізації продукції (робіт, послуг), пайових та інших внесків членів кооперативу, кредитів та інших надходжень, не заборонених законодавством. Правління або виконавчий директор кооперативу використовує фінансові ресурси відповідно до кошторисів або інших документів, затверджених органами управління кооперативу згідно з їх компетенцією. Земля кооперативу складається із земельних ділянок, наданих кооперативу в користування або придбаних ним у власність.

Право кооперативу на землю зберігається і в разі входження його до складу кооперативного об'єднання. За претензіями кредиторів звернення стягнення на земельні ділянки, надані кооперативу в користування, не допускається.

Земельні відносини в кооперативі регулюються Земельним кодексом України та законами України. Кооператив відповідає за своїми зобов'язаннями всім належним йому майном. Члени кооперативу відповідають за зобов'язаннями кооперативу тільки в межах пайового майнового внеску. Кооператив не несе відповідальності за зобов'язаннями членів кооперативу. Кооператив може застрахувати своє майно і майнові права. Страхування здійснюється добровільно за рішенням загальних зборів кооперативу, якщо інше не передбачено законами України.

Кооперативні виплати та виплата часток доходу на паї. Кооперативні виплати — це частина доходу кооперативу, яка розподіляється між членами кооперативу (об'єднання) відповідно до обсягів робіт, послуг, коштів, одержаних кооперативом у вигляді надбавок до цін під час реалізації продукції та внаслідок зниження цін — у разі придбання товарів у постачальницьких кооперативах та з урахуванням трудової та іншої участі членів кооперативу в його діяльності. Нарахування і виплата часток доходу на паї здійснюється за підсумками фінансового року з доходу, що залишається у розпорядженні кооперативу з урахуванням необхідності формування фондів для його розвитку. Статутом кооперативу може бути передбачено різний відсоток часток доходу на паї для членів і асоційованих членів кооперативу. Відповідно до рішення загальних зборів кооперативу виплата часток доходу на паї може здійснюватися грішми, товарами, цінними паперами, збільшенням паю тощо. У разі виходу з кооперативу фізична чи юридична особа має право на отримання майнового паю натурою, грішми або, за бажанням, цінними паперами відповідно до його вартості на момент виходу, а земельної ділянки — в натурі (на місцевості). Термін та інші умови отримання паю встановлюються статутом кооперативу, при цьому термін отримання паю не може перевищувати двох років, а відлік цього терміну починається з 1 січня року, що настає після моменту виходу (виключення) із кооперативу.

Право власності членів кооперативу — фізичних осіб на пай є спадковим. Спірні питання щодо права власності на пай вирішуються згідно із законами України.

Кооперативні об'єднання. Кооперативи за рішенням загальних зборів можуть на добровільних засадах об'єднуватися в об'єднання для спільного здійснення будь-якої не забороненої законодавством діяльності за галузевою або територіальною ознакою. Об'єднання мають статус юридичної особи. Об'єднання не мають права втручатися у господарську діяльність засновників. Об'єднання створюються за рішенням установчих зборів уповноважених представників кооперативів. Об'єднання, які створюються за рішенням установчих зборів уповноважених представників обслуговуючих кооперативів, можуть мати асоційованих членів на тих же умовах, що і обслуговуючі кооперативи. Створені об'єднання є неприбутковими.

Функції та компетенція об'єднань будь-якого рівня встановлюються в межах повноважень, делегованих кооперативами на установчих конференціях, з'їздах, і містяться в їх статутах.

Кооперативи, які увійшли до об'єднання, зберігають статус юридичної особи та повну господарську самостійність і можуть добровільно вийти з об'єднання за рішенням загальних зборів членів кооперативу. Об'єднання формують органи управління, утворюють і поповнюють майнові фонди та фінансуються в порядку, визначеному установчими документами. Об'єднання є власником майна, добровільно переданого йому членами об'єднання, а також набутого внаслідок своєї діяльності та на інших підставах, не заборонених законом. До складу об'єктів права власності об'єднання не належить майно членів об'єднання. Власністю об'єднання є також майно створених ним підприємств, які не мають права вийти зі складу об'єднання без його згоди. Об'єднання не відповідає за зобов'язаннями членів об'єднання, а члени об'єднання не відповідають за зобов'язаннями об'єднання, якщо інше не передбачено статутом. Реєстрація об'єднань здійснюється в такому ж порядку, як і реєстрація кооперативів. Для виконання статутних завдань кооперативи та їх об'єднання можуть створювати підприємства різних видів. Такі підприємства функціонують відповідно до їх статутів, затверджених кооперативами (об'єднаннями) — засновниками. Для оперативного управління кооперативним підприємством наймається виконавчий директор. Кооператив (об'єднання) несе відповідальність за зобов'язаннями свого підприємства в межах статутного фонду підприємства.

Кооператив (об'єднання) відповідно до свого статуту самостійно визначає основні напрями господарської діяльності, здійснює її планування і реалізацію. Виробничі кооперативи (об'єднання) реалізують свою продукцію за цінами, що встановлюються самостійно або на договірних засадах, якщо інше не передбачено законом. Обслуговуючі кооперативи (об'єднання) надають послуги за цінами і тарифами, що встановлюються на договірних засадах окремо для членів кооперативу та інших осіб.

Відносини кооперативу (об'єднання) з іншими підприємствами, установами та організаціями, а також з громадянами усіх сферах господарської діяльності встановлюються на основі договорів (угод). Доход кооперативу (об'єднання) формується з надходжень від господарської діяльності після покриття матеріальних і прирівняних до них витрат та витрат на оплату праці найманого персоналу.

Доход розподіляється на:

податки і збори (обов'язкові платежі) до відповідних бюджетів;

погашення кредитів;

покриття збитків;

проведення відрахувань у фонди кооперативу;

кооперативні виплати;

виплату часток доходу на паї (до 20 відсотків, визначених до розподілу).

Порядок використання доходу кооперативу (об'єднання) встановлюється статутом. Держава гарантує дотримання прав і законних інтересів кооперативів (об'єднань) та їх членів, максимально сприяє розвитку і зміцненню господарської самостійності кооперативів відповідно до законів України. Конт-

роль за окремою діяльністю кооперативу (об'єднання) здійснюють відповідні органи державної влади в межах своєї компетенції, встановленої законодавством України. Збитки, завдані кооперативу (об'єднанню) внаслідок виконання вказівок органів державної влади або їх посадових осіб, що порушують права кооперативу (об'єднання), а також внаслідок невиконання чи неналежного виконання органами державної влади передбачених законодавством обов'язків щодо кооперативу (об'єднання), підлягають відшкодуванню цими органами. Спори з питань відшкодування збитків вирішуються судом.

Оподаткування кооперативу (об'єднання) здійснюється відповідно до податкового законодавства. Кооператив (об'єднання) веде бухгалтерський облік результатів своєї діяльності, складає статистичну інформацію та адміністративні дані у порядку, встановленому законодавством.

Трудові відносини членів кооперативу (об'єднання) регулюються законодавством про працю, статутом та правилами внутрішнього розпорядку кооперативу. Для виконання статутних завдань і цілей кооператив (об'єднання) може залучати до роботи за трудовим договором осіб, які не є членами кооперативу. За згодою сторін між кооперативом та найманим працівником може укладатися договір у формі контракту. Кооператив (об'єднання) самостійно визначає форми і систему оплати праці членів кооперативу (об'єднання) і найманих працівників з урахуванням норм і гарантій, встановлених законодавством.

Кооперативні виплати і виплата часток доходу на паї членам кооперативу та асоційованим членам до оплати праці не належать. Кооператив (об'єднання) може реорганізовуватися в підприємства інших форм господарювання за рішенням загальних зборів (засновників) у порядку, визначеному статутом. З моменту реорганізації кооператив (об'єднання) припиняє свою діяльність.

У разі реорганізації кооперативу (об'єднання) всі його права та обов'язки переходять до правонаступників. Кооператив (об'єднання) ліквідується:

кооператив — за рішенням загальних зборів членів кооперативу; об'єднання — зборів уповноважених представників кооперативів;

за рішенням суду. Ліквідація кооперативу здійснюється ліквідаційною комісією або ліквідатором, що призначаються загальними зборами членів кооперативу, судом або уповноваженим органом. Ліквідація об'єднання здійснюється ліквідаційною комісією або ліквідатором, що призначаються зборами уповноважених представників кооперативів, судом або уповноваженим органом. Розпорядження землею кооперативу, що ліквідується, здійснюється в порядку і на умовах, передбачених земельним законодавством.

Майно кооперативу, що залишилося після розрахунків з бюджетом, банками та іншими кредиторами, розподіляється між членами кооперативу пропорційно вартості їх паю. У разі ліквідації об'єднання його майно, що залишається після виплати заробітної плати працівникам, виконання зобов'язань перед бюджетом, банками та іншими кредиторами, розподіляється між членами об'єднання в розмірах і в порядку, передбачених статутом об'єднання.

Кооператив (об'єднання) вважається таким, що припинився, з дати внесення до Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб — підприємців запису про державну реєстрацію його припинення. Державна реєстрація припинення кооперативу (об'єднання) проводиться у порядку, встановленому законом.

Досвід діяльності сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів показав, що найбільш затребуваними послугами є:

1. Забезпечення членів кооперативу матеріально-технічними ресурсами, а саме:

- сортовим насінням;
- посадковим матеріалом та саджанцями;
- мінеральними добривами, отрутохімікатами та гербіцидами;
- концентрованими кормами та біологічними домішками до кормів;
- молодняком племінної худоби і птиці;
- господарським інвентарем та іншим реманентом.

2. Сервісні послуги:

- обрізка саду, обробіток його від хвороб та шкідників;
- комплекс весняно-польових робіт (вивіз та внесення органічних і мінеральних добрив, оранка, дискування, боронування земельних ділянок);
- підживлення озимих та посів ярих зернових культур;
- заготівля та перевезення сіна;
- боротьба з шкідниками і хворобами (коларадський жук, фітофтора тощо);

- збір врожаю зернових, картоплі;
- штучне запліднення корів та ведення племінної справи тощо.

3. Послуги щодо реалізації виробленої (вирощеної) продукції:

- реалізація картоплі, овочів і фруктів;
- переробка і реалізація зернових;
- збір та реалізація молока;
- передпродажна підготовка сільськогосподарської продукції та первинна її переробка (сортування, фасування, соління, квашення).

Досвід діяльності свідчить про таку орієнтовну структуру агробізнес послуг:

- 20% — сервісні послуги із виробництва сільськогосподарської продукції;
- 35% — постачання матеріально-технічних ресурсів;
- 35% — послуги щодо заготівлі, передпродажної підготовки та реалізації виробленої сільськогосподарської продукції;
- 10% — соціальні та інформаційні послуги.

ЧАСТИНА 5

РОЗВИТОК НЕСІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ВИДІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА — СТВОРЕННЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ У СФЕРІ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

КРОК 1. ФОРМУВАННЯ РІШЕННЯ СТВОРИТИ ВЛАСНИЙ БІЗНЕС У СФЕРІ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ (АГРОТУРИЗМУ)

Бажання започаткувати власний агротуристичний бізнес може з'явитися з різних причин. Наприклад, потреба одержання додаткових доходів (які не є можливими в традиційній аграрній діяльності), бажання змінити місце чи стиль життя тощо. Незалежно від причин, прийняття (формування) рішення — це завжди процес, який починається з констатації виникнення проблемної ситуації (потреби змін), а завершується вибором рішення. Необхідною складовою цього процесу є інформація.

Про що ж йдеться?

1.1. Сільський туризм (агротуризм) як вид позааграрного виробництва та додаткове джерело доходу в сільській місцевості.

Сільський туризм — це форма рекреації, якою займаються у сільській місцевості та яка охоплює різноманітні форми відпочинкової активності, пов'язані з природою, мандрівками, оздоровленням, краєзнавчим чи етнографічним туризмом. Окрім того, він пристосований до сільських умов, що означає невеликі масштаби. До невід'ємних факторів відпочинку на селі, які активно шукають мешканці міст, належать спокій, тиша та розслаблення у здоровому оточенні природних багатств. Об'єкти продажу сільського туризму — це світ природи, сільська культура, аграрні господарства.

Однією з форм сільського туризму є агротуризм, тобто чітко визначене місце перебування гостей в аграрному (фермерському) господарстві. Це форма відпочинку, яка відбувається у сільській місцевості, де здійснюється сільськогосподарська діяльність. Агротуризм бере за основу базу місць для ночівлі та відпочинкові заходи, пов'язані із сільським господарством та його оточенням. Позитивна риса агротуризму — це безпосередній контакт з усіма цінностями, які несе в собі сільське середовище, завдяки:

- розміщенню в господарстві;
- участі в житті господарів;
- знайомству з околицями;
- тимчасовій відмові від деяких форм звичного життя та його зручностей;
- фізичній активності.

Агротуризм — це важливий елемент розвитку як села, так і конкретного фермерського господарства. Він виконує важливі функції, які можна представити як:

- отримання додаткових джерел доходу для аграріїв (частину цих доходів можна призначити на ремонт чи будівництво нових об'єктів);

- отримання органами місцевого самоврядування всіх рівнів додаткових доходів;

- розвиток місцевої інфраструктури: вода, каналізація, дороги, громадський транспорт, що веде до покращення життя на селі, підвищення стандартів та умов проживання;

- розширення бази місць для ночівлі, утримання наявних об'ємів сільськогосподарського виробництва та підвищення якості послуг завдяки збуту сільськогосподарської продукції з господарства, а також розвиток місцевих промислів — рукоділля, ковальства, лозоплетіння тощо;

- зменшення рівня безробіття, створення додаткових, а часто і єдиних, робочих місць;

- здобуття нових навичок, досвіду, фаху — нові навички в галузі обслуговування туристів, накопичення знань, глибше знайомство з місцевістю;

- можливість вдихнути нове життя в сільські райони та заново оцінити сільське середовище;

- сприяння соціально-економічному розвитку територій, які розташовані в малосприятливих для заняття сільським господарством умовах (бідні ґрунти);

- протидія масовому відтоку жителів з сільських районів, а зокрема молодих та освічених людей, та зменшенню кількості сільського населення;

- покращення естетики будинків, присадибних ділянок, турбота про естетику села, вулиць та інших громадських місць;

- використання старих будинків (які часто вже не використовуються) або їх частин, господарських приміщень, стріх, пам'ятних місць, що може допомогти у збереженні культурної спадщини села;

- можливість оживити сільські традиції, виховання поваги до них, повернення до народних традицій та культури;

- формування дбайливого ставлення до навколишнього середовища, охорона природи;

- налагодження нових контактів, дружніх зв'язків, співпраці та обміну досвідом.

Мета агротуризму, як і будь-якого виду господарської діяльності, — це пропонування продуктів або ж надання послуг. Продукт повинен задовольняти потреби, повинен бути повторюваним та доступним, а також повинен відповідати встановленим нормам. У структурі агротуристичного продукту основою (коренем) буде відпочинок в селі, знайомство з традиціями, культурою, звичаями; свіже повітря, контакт з тваринами, тиша, спокій.

Реальний продукт — це ночівля у господарів, харчування, регіональна культура. Розширений продукт можна використовувати з метою виділити свою пропозицію на фоні інших, наприклад, можливість приїздити з домашніми тваринами, можливість бронювання місць, участь у сільських гуляннях.

Каталог агротуристичних продуктів дуже широкий та охоплює зокрема такі позиції як:

- проживання у сільському будинку;
- домашнє харчування;
- ознайомлення з виробничим процесом та активна участь у ньому;
- безпосередній контакт з тваринами;
- прямий продаж продуктів з власного господарства;
- відпочинок у вихідні;
- верхова їзда;
- оздоровлююча терапія з використанням продуктів рослинного і тваринного походження;
- музеї народного мистецтва та сільського господарства;
- сільські фестивалі та народний фольклор.

На жаль, державна підтримка сільського туризму (агротуризму) на загальнодержавному рівні упродовж багатьох років носить переважно декларативний характер. Серйозною перешкодою для ефективної реалізації державної підтримки сільського зеленого туризму є відсутність цільових державних програм розвитку цієї сфери та, відповідно, стабільного бюджетного фінансування такої підтримки. Наразі, найбільш конкретна державна підтримка сільського зеленого туризму передбачена законодавством на місцевому рівні. Відповідно до своїх повноважень, органи місцевого самоврядування можуть затверджувати регіональні та місцеві програми розвитку сільського туризму та визначати кошти місцевих бюджетів для фінансування таких програм, а також вживати заходів стимулювання осіб, які діють у сфері сільського туризму.

На даний час в практиці українського сільського туризму є два основні способи здійснення агротуризму: перший — підприємницький, який базується на Законі України «Про особисте селянське господарство», другий — підприємницький, що спирається на норми Господарського кодексу України та інших нормативних документів у сфері підприємницької діяльності.

Функції державного управління у сфері сільського туризму відповідно до нормативних актів мають здійснювати в межах своєї компетенції Міністерство інфраструктури України, Державне агентство України з туризму та курортів та Міністерство аграрної політики та продовольства України, а також місцеві органи державної влади та самоврядування.

Реєстрацію агросадиб як особистих селянських господарств здійснюють органи місцевого самоврядування (сільські ради), а реєстрацію суб'єктів підприємницької діяльності — державні реєстратори із внесенням даних до Єдиного державного реєстру. В багатьох випадках агротуристична діяльність зовсім ніде не реєструється. У зв'язку із цим немає єдиної статистичної бази даних щодо об'єктів сільського туризму в Україні.

Сьогодні можна стверджувати, що попри всі проблеми та вкрай недостатню цільову допомогу з боку держави, сільський туризм в Україні відбувся як вид туристичної та господарської діяльності та з кожним роком набирає обертів, залучаючи до свого кола все більше людей, які хочуть не тільки заробляти гроші, а й зберегти красу української природи, національні традиції, унікальні природні, історичні та культурні пам'ятки, популяризувати привабливий краєвид рідного краю на внутрішньому та міжнародному ринках.

Значна роль у розвитку туризму в сільській місцевості належить самоврядним неурядовим організаціям, які беруть на себе завдання по популяризації та підвищенню туристичної привабливості території та окремих населених пунктів, створенню баз даних сільських садиб з інформацією по конкретних господарствах, виданню друкованих матеріалів (мап, каталогів, бюлетенів, буклетів тощо), інформаційній, методологічній, правовій підтримці власників агросадиб та осіб, які бажають започаткувати свій туристичний бізнес, введенню добровільної системи категоризації агросадиб.

КРОК 2. ОЦІНКА РЕСУРСІВ, ЯКІ МОЖНА ВИКОРИСТАТИ У ВЛАСНОМУ БІЗНЕСІ

Сільський туризм (агротуризм) як вид господарської діяльності нерозривно пов'язаний із конкретним господарством, а значить — і з особистістю його господаря та людей, які з ним працюють. Ділові та етично-моральні характеристики господарів садиви можуть стати або привабливим, або відштовхуючим фактором для туристів, визначити або успіх, або поразку бізнесу. Тому рішення розпочати туристичний бізнес має, в першу чергу, базуватися на ретельній оцінці власної психологічної готовності працювати саме у цій сфері, а також шляхів досягнення позитивного відношення членів родини та найманих працівників, яких планується залучити до роботи. Крім того, для побудови ефективних та плідних ділових стосунків з партнерами, постачальниками або інвесторами необхідно враховувати і практику ділового спілкування, яка склалася в сучасному бізнес-середовищі.

Цінними якостями визнаються індивідуальна ініціатива, здібність до розумного ризику, готовність самостійно ухвалювати рішення і відповідати за свої дії. На перше місце серед принципів ведення бізнесу є дотримання всіх домовленостей з партнером, висока якість роботи. Низька якість і недотримання домовленостей врешті-решт сприяють витісненню суб'єкта підприємництва з ринку.

Сільський туризм — є одним з видів домашнього бізнесу і має як свої переваги (вільне планування, самостійне прийняття рішень, відсутність часових витрат на переїзд до місця роботи, можливість постійного контролю та обліку, оперативне реагування на різні ситуації та конфлікти тощо), так і недоліки, які необхідно виправляти його власнику. Найголовнішими проблемами тих, хто займається домашнім бізнесом, є великий обсяг нової інформації, відсутність достатнього досвіду і кваліфікації, відволікання уваги, недостатній рівень самодисципліни та самоорганізації. Постійну дезорганізацію в робочий процес вносять телефонні дзвінки, гості, діти, інші члени родини, тварини. Сильним відволікаючим фактором стає телевізор або Інтернет. Зважаючи на зазначене, фахівці з організації домашнього бізнесу рекомендують:

- ретельно планувати всі справи на кожний день, дотримуючись балансу між бізнесом та інтересами родини, роботою та відпочинком;
- бути твердим та впевненим при спілкуванні з небажаними відвідувачами, вміти відмовляти;

- забути на час роботи про існування телевізора, радіо, комп'ютерних ігор та розважальних сайтів;
- залучити членів родини до бізнесу, зробити з них своїх однодумців та партнерів.

Психологічна готовність господарів розпочати діяльність по прийманню на території своєї оселі гостей різних вікових груп, професійних категорій, з різними смаковими уподобаннями є одним з найскладніших питань сільського туризму (агротуризму). З цим зіштовхуються господарства в усьому світі. Так, наприклад, на початку розвитку польського агротуризму здавалось, що, коли відкриється шанс на додаткові доходи та збільшення надходжень від позааграрної господарської діяльності, фермери відреагують на агротуризм спонтанно, а бажання заробити додаткових грошей виявиться настільки мотивуючим, що господарства, які прийматимуть городян, будуть прибувати лавиною. На жаль, приховування від зовнішнього світу родини, таємниці дому, різноманітних культивованих поколіннями звичок мешканців села, виявилися бар'єром, з яким нелегко було впоратись. Як часто говорилося «ніхто по моїй хаті не буде швендяти і заглядати по моїх кутах». Багаторічні традиції також не сприяли темпу переорієнтації господарств на інші форми діяльності, ніж ті, що закріплювались поколіннями. Єдиним виходом був пошук сміливців, які, не зважаючи на зауваження чи навіть насмішки сусідів, приймуть перших гостей під свій дах і доведуть, що це добрий спосіб збільшення доходів. Так і сталося.

Подібна ситуація має місце і в Україні. Зазвичай перші туристичні господарства у конкретному селі започатковуються людьми, які приїхали до цього села з ідеєю створити власний туристичний бізнес, та ще й зі стартовим капіталом: заробітчани з-за кордону, військовослужбовці, які виїшли в запас, міські пенсіонери, представники малого бізнесу. Згодом позитивний досвід цих «перших ластівок» стимулював мешканців села долучатися до цієї діяльності, а відтак вивів всю територіальну громаду на новий рівень самосвідомості і самоповаги, її інтеграції у туристичний простір, новий рівень співпраці бізнесу і влади.

Матеріально-технічні ресурси агротуристичного господарства. Матеріально-технічні ресурси — це загальний термін, яким позначаються предмети праці, які використовуються в основному і допоміжному виробництві. Оцінювати необхідно не тільки ресурси, які вже є у власності або користуванні господарства, а й ресурси, постачання яких необхідно буде здійснювати в майбутньому, в процесі виробництва та реалізації туристичних та супутніх послуг.

Туристичне господарство покликано створити комфортні умови для ночівлі туриста і надати йому комплекс послуг, найважливішими серед яких є послуги розміщення і харчування. Тому садиба має стати багатофункціональною спорудою і містити різноманітне устаткування. Приміщення для ночівлі туристів відокремлюються від приміщень, пов'язаних з наданням туристам інших послуг. Крім того, необхідно пам'ятати, що приміщення для туристів краще відокремити також і від зони проживання господарів шляхом облаштування окремих входів або шляхом зведення окремої будівлі.

При спорудженні будівель необхідно враховувати такі основні принципи:

- будівля повинна органічно вписуватися в навколишнє середовище, зберігаючи особливості сільського ландшафту;
- територія повинна мати достатньо зручного місця для паркування автомобілів;
- необхідно враховувати природно-кліматичні чинники, температуру і вологість повітря, кількість опадів, інсоляцію, швидкість і напрям вітру та ін.;
- планування будівлі повинно забезпечувати раціональну організацію обслуговування і відповідний комфорт, відповідати функціональним вимогам;
- будівля повинна відповідати естетичним, технічним, санітарно-гігієнічним, екологічним нормам;
- необхідно дотримуватися умов економічності процесу будівництва будівлі;
- інтер'єр має бути естетично та художньо виразним, відповідати функціональному призначенню приміщень.

Приміщення поділяються на основні і допоміжні. До основних приміщень відносяться житлові кімнати, приміщення для харчування туристів, їх побутового обслуговування, спортивно відпочинкового призначення і ін. До допоміжних відносяться котельні, пральні, складські приміщення, гаражі і т. д. Окрім цього, до туристичного комплексу можуть входити трансформаторні підстанції, насосні і артезіанські свердловини, резервуари, каналізаційні колектори та інші комунальні споруди.

Меблі розміщуються залежно від габаритів кімнати або іншого приміщення, простінків, особливостей опалювання, технологічних параметрів приміщення. Вони повинні забезпечувати комфорт і безпеку, відповідати санітарним і ергономічним вимогам, смакам клієнтів.

Необхідно своєчасно подбати і про різноманітне інженерне обладнання, підтримка якого в робочому стані забезпечується відповідними технологіями. Різні шуми, вібрації, недостатнє або надмірне освітлення, тепло, вологовиділення, присутність в будівлі шкідливих речовин наносять збиток здоров'ю тих осіб, які в ній проживають, а також персоналу.

Водопровідна мережа забезпечує будівлю водою для пиття і господарчо-побутових потреб. Разом із забезпеченням холодною водою необхідно подбати і про систему підігріву води. Якість і температура води, що поступає до будинку, повинні відповідати вимогам стандарту України. Для опалювання приміщень застосовуються різні системи водяного, парового або повітряного опалювання. За допомогою природної і механічної вентиляції відбувається видалення забрудненого повітря і приток свіжого повітря.

До складу силового устаткування входять електродвигуни, машини для прибирання приміщень, пральні машини, холодильники, насоси, компресори, верстати і ін. Слабкострумове господарство включає засоби зв'язку, радіофікації, телебачення, доступу до Інтернету, пожежної і охоронної сигналізації, автоматизації інженерного устаткування та ін.

Фінансові ресурси. Для того, щоб гості себе добре почували на території господарства, необхідно створити для них певний рівень комфорту: обладнати будинок ванною кімнатою та туалетом, забезпечити постачання теплої води та центрального опалення, модернізувати сам будинок, купити меблі, постіль, облаштувати кухню всім необхідним, а також приміщення для денного перебування гостей, забезпечити їх радіо та телевізором, відгородити господарчу частину прибудинкової території від відпочинкової, обладнати місця для спортивних та дитячих майданчиків, місця для гриля та спільного застілля, купити велосипеди, каяки, знаряддя для командних ігор і т.д. Все вище перелічене вимагає фінансових витрат, часто досить значних, яких, особливо в маленьких господарствах, надзвичайно мало. Крім того, саме в господарствах з багатими природними ресурсами, тобто, в горах, на озерах, серед лісів, менше всього вільних коштів, які могли б бути призначені на модернізацію приміщень. Тому, завдання пошуку фінансових ресурсів є одним з найнагальніших при створенні об'єкту сільського туризму. Фінансовими джерелами бізнесу можуть стати, зокрема:

- власне майно;
- позики, кредити;
- інвестиції, в тому числі іноземні;
- кошти загальнодержавних і регіональних (місцевих) програм;
- кошти міжнародних програм.

Власне майно. Для того, щоб розглядати власне майно як джерело фінансових ресурсів, необхідно визначитися щодо понять «власне майно», «власність» та «право власності».

В найбільш узагальненій формі власність можна визначити як взаємини між людьми з приводу привласнення матеріальних благ та встановлення влади над ними, належності їх конкретній особі. Власність — це ставлення певних осіб до матеріальних благ як до своїх, як до тих, що належать їм. Відповідно всі інші особи відносяться до цих благ як до чужих, до тих, що їм не належать. Приналежність чи привласнення матеріальних благ є сутністю відносин власності, що складаються з їх приводу між людьми.

Право власності — це сукупність правових норм, які регулюють відносини, пов'язані з володінням, користуванням і розпорядженням власником належним йому майном на свій розсуд і в своїх інтересах, усуненням усіх третіх осіб від протиправного втручання у сферу його володіння цим майном, а також обов'язки власника не порушувати прав та законних інтересів інших осіб.

Конституція України гарантує захист прав усіх суб'єктів права власності і господарювання, соціальну спрямованість економіки та рівність усіх суб'єктів права власності перед законом. Кожен має право володіти, користуватися і розпоряджатися своєю власністю, результатами своєї інтелектуальної, творчої діяльності. Крім того, кожен громадянин відповідно до закону має право користуватися природними об'єктами права власності народу України (землею, її надрами, атмосферним повітрям, водними та іншими природними ресурсами, які знаходяться в межах території України, природними ресурсами її континентального шельфу, виключної (морської) економі-

чної зони), а також для задоволення своїх потреб і об'єктами права державної та комунальної власності. Ніхто не може бути протиправно позбавлений права власності. Право приватної власності є непорушним. Використання власності не може завдавати шкоди правам, свободам та гідності громадян, інтересам суспільства, погіршувати екологічну ситуацію і природні якості землі.

Загальні положення про право власності регулюються главою 23 Цивільного кодексу України. Відповідно змісту ст. 316 Кодексу правом власності є право особи на річ (майно), яке вона здійснює відповідно до закону за своєю волею, незалежно від волі інших осіб. Власник володіє, користується, розпоряджається своїм майном на власний розсуд. Власник має право вчиняти щодо свого майна будь-які дії, які не суперечать закону. При здійсненні своїх прав та виконанні обов'язків власник зобов'язаний дотримуватися моральних засад суспільства. Власність зобов'язує. Держава не втручається у здійснення власником права власності (ст. 319). Власник зобов'язаний утримувати майно, що йому належить, якщо іншене встановлено договором або законом (ст. 322). Ризик випадкового знищення та випадкового пошкодження (псування) майна несе його власник, якщо інше не встановлено договором або законом (ст. 323). Власник має право використовувати своє майно для здійснення підприємницької діяльності, крім випадків, встановлених законом (ст. 320).

Майно, що є у власності двох або більше осіб (співвласників), належить їм на праві спільної власності (спільне майно). Майно може належати особам на праві спільної часткової або на праві спільної сумісної власності. (ст. 355)

Майно, набуте подружжям за час шлюбу, є їхньою спільною сумісною власністю, якщо інше не встановлено договором або законом. Майно, набуте в результаті спільної праці та за спільні грошові кошти членів сім'ї, є їхньою спільною сумісною власністю, якщо інше не встановлено договором, укладеним у письмовій формі (ст. 368).

Зважаючи на вищенаведене, особа, яка має намір започаткувати бізнес, може на свій власний розсуд використати майно, яке належить їй на праві власності, або продати його для отримання необхідних грошових коштів. Таким чином можна розпорядитися, наприклад, подарованим за договором дарування або успадкованим майном: машиною, квартирою, будинком тощо.

Але в багатьох випадках для користування та розпорядження майном необхідна згода всіх його співвласників. Так, відповідно до українського законодавства, зокрема ст. 61 Сімейного кодексу України (зі змінами та доповненнями від 11.01.2011р.), об'єктом права спільної сумісної власності подружжя є:

- заробітна плата, пенсія, стипендія, інші доходи, одержані одним із подружжя;
- гроші, інше майно, в тому числі гонорар, виграш, які були одержані за договором, укладеним в інтересах сім'ї;
- речі для професійних занять (музичні інструменти, оргтехніка, лікарське обладнання тощо), придбані за час шлюбу для одного з подружжя;
- житло, набуте одним із подружжя під час шлюбу внаслідок приватизації державного житлового фонду;

- земельна ділянка, набута внаслідок безоплатної передачі її одному з друзів із земель державної або комунальної власності, у тому числі приватизації.

Тому володіння, користування та розпорядження майном родини, в тому числі для започаткування сільського туризму на базі господарства, — є питанням, яке мають вирішувати всі члени родини як співвласники.

Позика. В багатьох випадках власних коштів може виявитися недостатньо, тоді необхідні витрати для започаткування бізнесу господар може робити за рахунок запозичених коштів. За договором позики одна сторона (позикодавець) передає у власність другій стороні (позичальникові) грошові кошти або інші речі, визначені родовими ознаками, а позичальник зобов'язується повернути позикодавцеві таку ж суму грошових коштів (суму позики) або таку ж кількість речей того ж роду та такої ж якості (ст. 1046 ЦКУ). Договір позики укладається у письмовій формі, якщо його сума не менш як у десять разів перевищує встановлений законом розмір неоподаткованого мінімуму доходів громадян, а у випадках, коли позикодавцем є юридична особа, — незалежно від суми. На підтвердження укладення договору позики та його умов може бути представлена розписка позичальника або інший документ, який посвідчує передання йому позикодавцем визначеної грошової суми або визначеної кількості речей (ст. 1047 ЦКУ).

Позикодавець має право на одержання від позичальника відсотків від суми позики, якщо інше не встановлено договором або законом. Розмір і порядок одержання відсотків встановлюються договором. Якщо договором не встановлений розмір відсотків, їх розмір визначається на рівні облікової ставки Національного банку України.

Договір позики вважається безпроцентним, якщо:

1) він укладений між фізичними особами на суму, яка не перевищує п'ятдесятикратного розміру неоподаткованого мінімуму доходів громадян, і не пов'язаний із здійсненням підприємницької діяльності хоча б однією із сторін;

2) позичальникові передані речі, визначені родовими ознаками (ст. 1048 ЦКУ).

Таким чином, позичити за договором позики можна або гроші або речі, які споживаються у процесі надання туристичних послуг, наприклад, будматеріали, овочі, крупи тощо.

Кредит — це позичковий капітал банку в грошовій формі, що передається у тимчасове користування на умовах забезпеченості, повернення, строкості, платності та цільового характеру використання. Як визначає діюче цивільне законодавство, за кредитним договором банк або інша фінансова установа (кредитодавець) зобов'язується надати грошові кошти (кредит) позичальникові у розмірі та на умовах, встановлених договором, а позичальник зобов'язується повернути кредит та сплатити проценти. До відносин за кредитним договором застосовуються положення параграфу 1 «Позика» глави 71 Цивільного кодексу України, якщо інше не встановлено цим параграфом і не впливає із суті кредитного договору (ст. 1054 ЦКУ).

Кредитний договір укладається у письмовій формі. Кредитний договір, укладений з недодержанням письмової форми, є нікчемним (ст. 1055 ЦКУ).

Розмір відсотків та порядок їх сплати за договором визначаються в договорі залежно від кредитного ризику, наданого забезпечення, попиту і пропозицій, які склалися на кредитному ринку, строку користування кредитом, розміру облікової ставки та інших факторів. Встановлений договором розмір відсотків не може бути збільшений банком, іншою фінансовою установою в односторонньому порядку. Умова договору щодо права банку, іншої фінансової установи змінювати розмір відсотків в односторонньому порядку є нікчемною (ст. 1056).

Залежно від цільового спрямування кредит може бути виробничим і споживчим.

Виробничі кредити використовуються у сфері виробництва та реалізації сукупного суспільного продукту.

Споживчий кредит надається фізичним особам на споживчі цілі: покращення житлових умов, створення підсобного домашнього господарства, придбання товарів у кредит, на задоволення інших потреб.

У свою чергу виробничі та споживчі кредити поділяються на кредити в поточну та інвестиційну діяльність.

Кредити в поточну діяльність надаються позичальникам для задоволення тимчасової потреби в коштах з метою придбання поточних активів у разі розриву між часом надходження коштів і здійснення витрат.

Залучаючи в процесі реалізації власного бізнесу позичкові кошти інших осіб за договорами позики або кредиту, позичальнику необхідно пам'ятати про деякі основні фактори, які впливають на ризик невиклати та/або затримки виплати по основному боргу та відсотках :

- низька особиста відповідальність, яка підтверджує прислів'я: «гроші беруть чужі і на певний час, а віддають свої і назавжди»;
- низька правова грамотність або неухважність при укладанні договору кредиту (позики);
- прорахунки у бізнес-плані;
- зміни економічно-правових умов господарювання (зміна цін і тарифів, зміна правового регулювання, зміна валютних курсів тощо);

Крім того, невиклата та/або затримка виплати по фінансових зобов'язаннях тягне за собою штрафні санкції для позичальника, а часто і звернення стягнення на заставне, а у разі його недостатності, — на все майно позичальника та/або його майнового поручителя.

Інвестиції. Відповідно до Закону України “Про інвестиційну діяльність” інвестиціями є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (дохід) або досягається соціальний ефект. Такими цінностями можуть бути:

- кошти, цільові банківські вклади, паї, акції та інші цінні папери;
- рухоме та нерухоме майно (будинки, споруди, устаткування та інші матеріальні цінності);

- майнові права інтелектуальної власності;
- сукупність технічних, технологічних, комерційних та інших знань, оформлених у вигляді технічної документації, навиків та виробничого досвіду, необхідних для організації того чи іншого виду виробництва, але не запатентованих («ноу-хау»);
- права користування землею, водою, ресурсами, будинками, спорудами, обладнанням, а також інші майнові права;
- інші цінності (ст. 1).

Інвестори — суб'єкти інвестиційної діяльності, які приймають рішення про вкладення власних, позичкових і залучених майнових та інтелектуальних цінностей в об'єкти інвестування. Інвестори можуть виступати в ролі вкладників, кредиторів, покупців, а також виконувати функції будь-якого учасника інвестиційної діяльності (ст. 5).

Порядок здійснення інвестицій з боку іноземних інвесторів регулюється Законом України «Про режим іноземного інвестування».

На території України підприємства з іноземними інвестиціями створюються і діють у формах, передбачених законодавством України (ст. 16). Установчі документи підприємств з іноземними інвестиціями повинні містити відомості, передбачені законодавством України для відповідних організаційно-правових форм підприємств, а також відомості про державну належність їх засновників (учасників) (ст. 17).

Майно, що ввозиться в Україну як внесок іноземного інвестора до статутного капіталу підприємств з іноземними інвестиціями (крім товарів для реалізації або власного споживання), звільняється від обкладення митом. При цьому митні органи здійснюють пропуск такого майна на територію України на підставі виданого підприємством простого векселя на суму мита з відстроченням платежу не більш як на 30 календарних днів з дня оформлення ввізної вантажної митної декларації. Вексель погашається і ввізне мито не справляється, якщо у період, на який дається відстрочення платежу, зазначене майно зараховано на баланс підприємства і податковою інспекцією за місцем знаходження підприємства зроблена відмітка про це на примірнику векселя. Порядок видачі, обліку і погашення векселів встановлюється Кабінетом Міністрів України (ст. 18).

Державні програми. Кошти, які передбачені державними програмами на центральному та регіональному (місцевому) рівнях можуть стати корисним ресурсом для створення об'єкту сільського туризму, враховуючи той факт, що розвиток малого підприємництва, сільського туризму, будівництво житла та інфраструктурних об'єктів, всебічний розвиток сільських територій оголошені пріоритетними напрямками державної політики.

1. Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва» визначає, що підтримка малого підприємництва здійснюється відповідно до Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні, програми підтримки малого підприємництва в Автономній Республіці Крим, регіональних та місцевих програм підтримки малого підприємництва, які затверджуються відповідно до законодавства (ст. 7). Фінансове забезпечення

реалізації державної політики у сфері підтримки малого підприємництва здійснюють відповідно до своєї компетенції на загальнодержавному рівні Український фонд підтримки підприємництва, на регіональному рівні — регіональні фонди підтримки підприємництва, на місцевому рівні — місцеві фонди підтримки підприємництва (ст. 13).

Одним із головних напрямів Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва відповідно до Закону України від 21 грудня 2000 року № 2157-III є створення умов для побудови дієвої та ефективної фінансово-кредитної системи підтримки діяльності суб'єктів малого підприємництва.

Фінансово-кредитна підтримка малого підприємництва спрямована на:

- формування мережі регіональних фондів підтримки підприємництва та кредитно-гарантійних установ;
- розроблення та запровадження ефективних кредитно-гарантійних механізмів мікрокредитування суб'єктів малого підприємництва;
- створення та підтримку фінансових інститутів, які працюють на розвиток малого підприємництва (ст. 3).

Український фонд підтримки підприємництва (www.ufpp.gov.ua) діє відповідно до вищезазначених законів України, постанови Кабінету Міністрів України від 27.08.1995 р. № 687 та свого статуту:

- впроваджує фінансово-кредитну підтримку суб'єктів малого підприємництва;
- впроваджує регіональну політику підтримки малого підприємництва, координацію та методичне забезпечення роботи державної системи фондів підтримки підприємництва;
- впроваджує освітні заходи для підприємців та інших осіб, які мають намір займатися підприємницькою діяльністю;
- бере участь у створенні регіональних та місцевих фондів підтримки підприємництва;
- бере участь у програмах підтримки підприємництва, в тому числі міжнародних.

Регіональні програми спрямовуються на комплексне вирішення питань розвитку та підтримки малого підприємництва в межах повноважень місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування (ст. 5).

2. *Державний фонд сприяння місцевому самоврядуванню в Україні* (www.municipal.gov.ua) діє на підставі Указу Президента України від 24.06.2010 р. № 723/2010 та ставить своїми завданнями:

- здійснення заходів, спрямованих на підвищення кваліфікації посадових осіб місцевого самоврядування;
- співпрацю та проведення консультацій з органами державної влади, об'єднаннями громадян щодо надання підтримки органам місцевого самоврядування у вирішенні проблем, що виникають під час їх діяльності;
- сприяння реалізації в Україні міжнародних програм та проектів підтримки місцевого самоврядування, бере участь у забезпеченні інформаційного супроводження таких проектів і програм;

- проведення Всеукраїнського конкурсу проектів та програм розвитку місцевого самоврядування.

Інформація про умови проведення конкурсу, а також Методичний посібник для участі у ньому кожного року оприлюднюється на вищезазначеному сайті.

3. *Державний фонд сприяння молодіжному житловому будівництву* (www.molod-kredit.gov.ua) відповідно до постанови Кабінету Міністрів від 26.10.2000 р. № 1604 та поставлених перед ним завдань:

- здійснює залучення іноземних інвестицій, в тому числі кредитів, для подальшого кредитування сімей та одиноких громадян для будівництва (реконструкції) і придбання житла згідно із законодавством;

- здійснює кредитування, в тому числі пільгове, та фінансування витрат на будівництво (реконструкцію) і придбання житла для молоді та інших верств населення;

- бере участь у розробленні та реалізації міжнародних інвестиційних проектів державних, регіональних і місцевих програм поліпшення житлових і соціально-економічних умов сімей та одиноких громадян України;

- здійснює компенсацію відсоткової ставки кредитів комерційних банків, наданих молодим сім'ям та одиноким молодим громадянам на будівництво (реконструкцію) і придбання житла (далі — часткова компенсація).

Право на отримання кредиту мають молоді сім'ї та одинокі молоді громадяни, які згідно з законодавством визнані такими, що потребують поліпшення житлових умов, а саме:

- сім'я, в якій чоловік та дружина віком до 35 років включно;

- неповна сім'я в якій мати (батько) віком до 35 років включно мають неповнолітніх дітей (дитину);

- одинокі молоді громадяни віком до 35 років включно.

Кредит відповідно надається молодим сім'ям та одиноким молодим громадянам на будівництво (реконструкцію) житла терміном повернення до 30 років.

Громадяни, які проживають в індивідуальному будинку, збудованому за рахунок кредиту, у сільській місцевості мають право на додаткові пільги. Якщо позичальник постійно працює у сільськогосподарському виробництві, у соціальній сфері села та органах місцевого самоврядування на селі, йому погашається 25% суми наданого кредиту додатково до вищевказаних пільг.

4. *Фонди підтримки індивідуального житлового будівництва на селі* на підставі постанови Кабінету Міністрів України від 03.08.1998 р. № 1211 здійснюють:

- надання фінансової підтримки індивідуальним забудовникам довгострокових (до 20 років, а молодим та неповним сім'ям — до 30 років) кредитів у розмірах, що визначаються із розрахунку кошторисної вартості будинку, для спорудження індивідуальних житлових будинків з надвірними підсобними приміщеннями та добудови незавершених житлових будинків;

- надання разом з місцевими державними адміністраціями та органами місцевого самоврядування практичної допомоги індивідуальним забудовни-

кам у вирішенні питань вибору та оформлення земельних ділянок, проектів будівель, забезпечення будівельними матеріалами та супутніми товарами, укладення договорів з підрядними організаціями та контролю за виконанням ними обумовлених термінів завершення робіт згідно з етапами будівництва та умов інженерного забезпечення, а також технічний нагляд за будівництвом житла та інженерних мереж;

- укладення за участю індивідуальних забудовників договорів з підрядними організаціями на будівництво інженерних мереж у місцях компактної забудови.

5. *Український державний фонд підтримки фермерських господарств* (www.udfprfg.org.ua) відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 25.08.2004 р. № 1102 надає:

- фінансову підтримку на поворотній основі — з урахуванням обсягу виробництва фермерськими господарствами сільськогосподарської продукції за попередні три роки відповідно до статистичної звітності;

- фінансову підтримку на конкурсних засадах на безповоротній основі надається новоствореним фермерським господарствам, фермерським господарствам з відокремленими фермерськими садибами, фермерським господарствам, які провадять господарську діяльність та розташовані у гірських населених пунктах, на поліських територіях, протягом одного бюджетного року не більш як за двома видами витрат, зазначених у постанові Кабінету Міністрів України.

Міжнародні програми. На території України сьогодні діє низка міжнародних донорських організацій, які здійснюють фінансову підтримку проектів і програм по розвитку реального сектору економіки України, місцевого самоврядування, громадських ініціатив, розбудови конкретних територій, в тому числі сільських, запровадження на теренах України кращого світового та європейського досвіду тощо.

1. *Фонд Східна Європа* (www.eef.org.ua) є міжнародною благодійною організацією, заснованою Фондом Євразія у 2007 році. Місія Фонду — сприяти соціальному та економічному розвитку України, мобілізуючи ресурси, зміцнюючи громади та підтримуючи партнерство громади, влади та бізнесу. Підтримка Фонду здійснюється Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) через Фонд Євразія та іншими донорами — урядами, фондами, корпораціями та приватними донорами.

Зараз Фонд Східна Європа зосередив увагу на наступних програмах:

- місцевий економічний та соціальний розвиток;
- ефективне управління;
- корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) та відповідальна благодійність. 10 КРОКІВ ДО ЗАПОЧАТКУВАННЯ власного агротуристичного бізнесу.

2. *Міжнародний фонд «Відродження»* (МФВ) (www.irf.ua) засновано у квітні 1990 року. Він входить до заснованої Джорджем Соросом Мережі Фундацій Відкритого суспільства.

Місія МФВ — фінансово й організаційно сприяти становленню відкритого, демократичного суспільства в Україні шляхом підтримки значущих для його розвитку громадських ініціатив.

Стратегічні напрями, зокрема, Європейської програми:

- Посилення впливу громадянського суспільства на взаємини між Україною та ЄС;
- Інтеграція громадянського суспільства України до загальноєвропейського;
- Усунення бар'єрів для контактів між людьми України та ЄС;
- підвищення суспільного запиту на європеїзацію України;
- сприяння розвитку європейських студій у вищій школі України.

3. *Європейський банк реконструкції та розвитку* (ЄБРР) (www.ebrd.com) є міжнародною фінансовою організацією, яка фінансує проекти у 29 країнах від Центральної Європи до Центральної Азії. Вкладаючи капітал в першу чергу у ті підприємства приватного сектору, потреби яких не можуть бути в повній мірі задоволені за рахунок ринку, Банк сприяє розвитку підприємництва і переходу до відкритої і демократичної ринкової економіки.

Програма ділових консультаційних послуг (БАС) спрямована на підвищення кваліфікації місцевих консультантів. Вони в свою чергу консультують малі та середні підприємства (МСП) з питань їх виробничо-господарської діяльності, в тому числі передають їм навички ведення комерційної діяльності та запровадження стандартів якості. Як правило, проекти БАС розраховані на короткий строк та швидко віддачу. МСП зобов'язані сплатити 50-67% вартості проекту. Максимальний внесок по лінії програми БАС в будь-який проект складає 9 тис. євро.

4. *Британська рада* (www.britishcouncil.org) — це міжнародна організація, що представляє Сполучене Королівство у галузі освіти і культури.

Британську Раду засновано 1934 року. Сьогодні вона працює у 226 містах 110 країн світу. Патроном Британської Ради є королева Єлизавета II. Віце-патроном є Принц Уельський. В Україні Британська Рада працює з 1992 року і має представництва у Києві, Донецьку, Львові та Одесі. 2010 року разом з Фондом Східна Європа, Pricewaterhouse Coopers, Ерсте банком та Українським фондом підтримки підприємництва (з 2011) розпочато програму «Сприяння соціальному підприємству в Україні».

Соціальне підприємство — це бізнес, що має переважно соціальні цілі, а доходи якого спрямовані головним чином на реінвестування в розвиток підприємництва та/або спрямовуються на громадські справи чи вирішення гострих соціальних проблем.

5. *Фонд «УКРАЇНА — ХАБІТАТ»* (www.fund.habitat.org.ua).

Проект є продовженням Проекту Програми розвитку ООН «Підтримка малого та середнього підприємництва в Україні» (УКР-99-010), який було реалізовано протягом 1999-2002 рр., який орієнтований на укріплення управлінського потенціалу керівників місцевих органів влади, малих та середніх підприємств в області стратегічного планування та інвестиційного менеджменту, шляхом розробки та реалізації місцевих інвестиційних програм (МІП), які орієнтовані на залучення інвестицій у розвиток малого та середнього бізнесу на місцевому рівні.

Політика Проекту полягає в наступному:

- залучення інвестицій не в окремі проекти, а в МПП;
- здійснення Проекту на основі співфінансування з боку міжнародних організацій-донорів, місцевих органів влади та підприємців;
- формування партнерства та взаємної відповідальності місцевих органів влади і підприємців через механізми спільної застави і ресурсних гарантій.

Достатньо розвинена сьогодні донорська підтримка господарської діяльності в сфері сільського туризму (агротуризму) у країнах Європи. Наприклад, агротуристичні господарства

Польщі можуть отримати фінансові ресурси для започаткування і ведення діяльності з різних джерел.

Кошти з європейських фондів у рамках Програми розвитку сільських територій (далі — ПРСТ) на 2007 — 2013 роки можна отримати з осі 3 «Якість життя на сільських територіях і урізноманітнення сільського господарства», а також з осі 4 — «Leader» (захід «Урізноманітнення діяльності в неаграрному напрямку»), серед іншого, на підтримку для агротуристичної діяльності.

Максимальна сума повернення понесених витрат, пов'язаних із ремонтом, що поєднаний з модернізацією і переобладнанням наявних житлових об'єктів, становить 50% кваліфікованих витрат, однак не більше ніж 100 тисяч злотих. Під час подання заявки на отримання допомоги з цього джерела слід виконати наступні умови:

- бути фермером або членом його сім'ї, який застрахований у Касі сільськогосподарського соціального страхування принаймні 12 місяців перед поданням заявки на отримання допомоги;
- проживати (бути зареєстрованим) у сільській місцевості або містечках до 5 тисяч мешканців;
- подати заявку на пряму оплату за землю, що обробляється у господарстві;
- час ведення діяльності — 5 років з моменту отримання дотації.

Друга можливість — це отримання коштів із заходу «Створення і розвиток мікропідприємств».

Метою цієї діяльності є:

- створення і розвиток мікропідприємств;
- підвищення економічної конкурентоспроможності сільських територій;
- розвиток підприємництва і ринку праці, а внаслідок цього — підвищення рівня зайнятості населення у сільській місцевості.

На будівництво і розвиток туристичної і агротуристичної інфраструктури можна отримати (залежно від кількості створених робочих місць):

- 1 робоче місце — 50% кваліфікованих витрат, але не більше ніж 100 тисяч злотих;
- 2 робочих місця — 50% кваліфікованих витрат, але не більше ніж 200 тисяч злотих;
- 3 робочих місця — 50% кваліфікованих витрат, але не більше ніж 300 тисяч злотих.

Період працевлаштування 2 роки. Час ведення діяльності — 5 років з моменту отримання дотації.

Вісь 4 ПРСТ на 2007 — 2013 роки «Leader».

Метою діяльності, що здійснюється у рамках цієї осі, є активізація сільських жителів і краще використання місцевих матеріальних засобів і робочої сили. Підставою такої діяльності служить створення Місцевої групи дії (МГД), що складається з трьохсекторного партнерства, в якому соціальні і бізнес-партнери займають як мінімум 50%.

Спираючись на стратегію місцевого розвитку, затверджену Маршалківською адміністрацією, МГД вибирає такі проекти, що можуть сприяти реалізації цілей стратегії.

Заявки на співфінансування можуть стосуватись:

- урізноманітнення напрямків неаграрної діяльності;
- створення і розвиток мікропідприємств;
- відновлення і розвиток села.

Співфінансування можуть отримати також інші проекти: так звані малі проекти з рівнем підтримки до 70%, але не більше ніж 25 тисяч злотих, що стосуються:

- популяризації і розвитку місцевої активності жителів;
- розвитку агротуризму і розвитку туризму на сільських територіях, у тому числі:

створення або модернізації бази туристичної інформації, Інтернет-сторінок, туристичних каталогів, інформаційних щитів і т.п.

Інші форми підтримки сільського туризму і агротуризму — це регіональні операційні програми, які функціонують у 16 воєводствах і пристосовані до специфіки територій, на яких діють.

Дотації від місцевих організацій (територія діяльності — кілька гмін або повітів) призначаються виключно на місцевому рівні в межах конкурсу дотацій. Перевагою цих джерел є їх близькість, а отже, доступність і знання місцевих потреб. Дотації від закордонних фондів призначені, наприклад, на: реконструкцію окремих будинків або групи будинків на сільських територіях, збереження культурного ландшафту, в тому числі історичних парків і садів, місць сільськогосподарського значення і т.п.

Також багато національних фондів передбачають у своїй діяльності інструменти підтримки для мешканців села в формі грантів на навчання, пов'язане з охороною національної спадщини, збереженням і підтримкою традицій минулих поколінь, на відновлення тих пам'яток на територіях сіл, які підвищують їх туристичну привабливість, а також мають можливості надання преференційних кредитів (Фонд розвитку польського села — кредит до 80% кошторисної вартості заходу до 300 тисяч злотих на 5 років, максимальна процентна ставка — 1,6 переобліку (редисконту) векселів Національного банку Польщі, але не менше ніж 4%).

Звичайно, крім усіх зазначених вище джерел, існують також комерційні кредити, які, з огляду на високу процентну ставку і складні для виконання умови (кредитоспроможність), користуються меншим зацікавленням серед сільських мешканців.

Складно визначити проблеми, пов'язані з використанням коштів на розвиток агротуризму, бо вони залежать від багатьох чинників. Напевно, однією

з них є відсутність активності мешканців села і бажання змінювати своє життя, різний рівень заможності мешканців окремих регіонів Польщі. Це є причиною того, що в деяких воєводствах кошти з програм Євросоюзу вичерпуються впродовж двох днів з часу прийняття заявок, а в інших — наявні до кінця року.

Наступна причина — це безпідставний страх перед кількістю необхідних для заповнення документів під час складання заявки на співфінансування. Також значна проблема — це відсутність власних фінансових ресурсів, що дають можливість реалізувати інвестицію, бо у випадку програм Євросоюзу треба насамперед реалізувати інвестиції, що передбачені у договорі з Агентством реструктуризації і модернізації сільського господарства, а після їх завершення звернутись з проханням про повернення понесених витрат згідно з вищевказаним договором.

Треба однак підкреслити, що зараз збільшується кількість осіб, зацікавлених використанням коштів Євросоюзу для розвитку своїх агротуристичних господарств та інших заходів, що створюють нові робочі місця у сільській місцевості, ніж на початку діяльності програм підтримки. Проте, все ще треба проводити інформаційну і навчальну діяльність серед мешканців села щодо розвитку сільських територій.

Туристичні ресурси. Туристичні ресурси можна поділити на наступні основні групи:

1. Природно-рекреаційні: водні, лісові, бальнеологічні, ландшафтні.
2. Історико-культурні: історичні, археологічні, архітектурні пам'ятки; предмети матеріальної культури (знаряддя праці, побутові речі, вироби народних ремісників, одяг, національну кухню); елементи духовної культури (образотворче мистецтво, фольклор, народні традиції, вірування і т. ін.); твори монументального мистецтва; етнографічні особливості території; музеї, виставки, театри тощо.
3. Господарські: виробництво товарів та послуг для туристів.
4. Інфраструктурні: транспортне сполучення, зв'язок, сфера житлово-комунального господарства.
5. Політичні: правове регулювання туристичної галузі, державні та місцеві програми підтримки туризму.

Більш детально розглянемо перші дві групи туристичних ресурсів.

Загальновідомо, що психологічний стан людини повноцінно можна відновити тільки на лоні природи. Але важливою умовою для відпочинку є виділення природних рекреаційних територій та систем, тобто таких, що за рядом своїх властивостей придатні для використання з метою відпочинку. Великою проблемою сьогодні є збереження цілісності і чистоти рекреаційних територій. Якщо поряд з будинком відпочинку будуть розміщені промислові об'єкти, то певний рекреаційний комплекс втратить свою привабливість.

Важливо пам'ятати, що будь-яке використання території з рекреаційною метою має свої позитивні і негативні сторони. З одного боку, відпочинок людей на лоні природи сприяє підтриманню і зміцненню їх здоров'я. Фітонциди, які виділяються багатьма видами дерев, сприяють покращенню здоров'я

хворих людей. Прогулянки лісом, спілкування з природою викликають у людини позитивні емоції. З іншого боку, при рекреаційному використанні природного середовища виникають деякі несприятливі для неї зміни, які при великій кількості рекреантів на певній території можуть бути небезпечними для продовження природного розвитку природних компонентів даної території.

Отже, використання природних рекреаційних ресурсів повинно бути помірним, раціональним, плановим. Нікого не здивуєш тим фактом, що ресурси природи мають здатність лікувати. Тому, з цією метою особливо важливого значення набуває раціональне використання і збереження природних ресурсів з метою профілактики і лікування деяких захворювань.

Лісові ресурси є важливою складовою рекреації, оздоровлення і лікування. За кількістю лісових насаджень Україна посідає одне з перших місць серед країн Європи. Наявність лісів сприяє також розвитку специфічних видів туризму, зокрема полюванню.

Саме на особливому використанні природно-рекреаційних та історико-культурних ресурсів базується такий вид туристичної діяльності як екологічний туризм. Міжнародна Спілка охорони природи визначає екологічний туризм (екотуризм) як подорожі з відповідальністю перед навколишнім середовищем по відношенню до непорушених природних територій з метою вивчення і насолодження природою та культурними визначними пам'ятками, яке сприяє охороні природи, надає «м'яку» дію на навколишнє середовище, забезпечує активну соціально-економічну участь місцевих жителів і отримання ними переваг від цієї діяльності.

В екотуризмі сформульовано ряд принципів, які виокремлюють його з інших видів туризму:

- 1) стимулювання і задоволення бажання спілкуватися з природою;
- 2) подорож в природу, причому головний зміст таких подорожей — знайомство з живою природою, а також з місцевими звичаями і культурою;
- 3) запобігання негативній дії на природу і культуру;
- 4) зведення до мінімуму негативних наслідків екологічного і соціально-культурного характеру, підтримка екологічної стійкості середовища;
- 5) сприяння охороні природи і місцевого соціокультурного середовища;
- 6) сприяння охороні природи і природних ресурсів;
- 7) екологічна освіта населення;
- 8) участь місцевих жителів і отримання ними доходів від туристичної діяльності, що створює для них економічні стимули до охорони природи;
- 9) економічна ефективність і забезпечення соціально-економічного розвитку територій;
- 10) сприяння стійкому розвитку відвідуваних регіонів.

Досвід показує, що майже в усіх областях України щорічно проводять свій відпочинок тільки неорганізованим способом кілька мільйонів осіб. Тому, всебічне використання привабливих природних об'єктів (лісів, гір, річок, морів, озер та ін.) та територіальну близькість до курортів та об'єктів природно-заповідного фонду, розробка різноманітних маршрутів історичного,

культурно-етнографічного, екологічного, спортивно-оздоровчого спрямування значною мірою підвищить привабливість відпочинку в сільській місцевості та надасть конкретному господарству додаткові конкурентні переваги.

КРОК 3. СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

Успіх комерційної діяльності на ринку туризму визначається, в першу чергу, привабливим туристичним продуктом, який суб'єкт туристичної діяльності може запропонувати на ринок.

В загальному вигляді туристичний продукт є сукупністю вельми складних різноманітних елементів таких, як природні ресурси (повітря, вода, сонце, ландшафт і ін.), історично-культурні, архітектурні визначні пам'ятки, які можуть зацікавити туриста і спонукати його здійснити подорож; засоби розміщення та харчування туристів, устаткування для відпочинку, занять спортом і так далі (яке само по собі не є чинником, що впливає на мотивацію подорожі, але при його відсутності виникають численні перешкоди для можливої подорожі); можливості пересування (які до певної міри залежать від моди на різні види транспорту, які використовуються туристами) тощо.

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про туризм» туристичний продукт — це попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше двох послуг, що реалізуються або пропонуються для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідин об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо).

Так, одним з основних продуктів споживання ринку туристичних послуг є тур. Тур — це комплекс туристичних благ, послуг та товарів, представлений у вигляді програми, складеної з урахуванням індивідуальних побажань, в межах якої реалізується мета перебування людини поза постійним місцем проживання, і комплекс заходів по її реалізації на відповідному якісному рівні.

Тур є ринковим продуктом туристичних підприємств, формою, яку набуває споживання послуг, матеріальних і нематеріальних благ, заходом, який реалізує мету подорожування і, в той же час, результатом діяльності туристичної фірми, джерелом її прибутку. Складовими туру є маршрут, програма та комплекс послуг по життєзабезпеченню туриста, в межах яких реалізується на відповідному якісному рівні мета подорожі. Маршрут і програма забезпечують мету подорожі, а заходи з життєзабезпечення туриста під час подорожі — безпеку та комфортність при реалізації цієї мети. Матеріально-технічна база характеризується категорією підприємств, що надають послуги гостинності певного класу (тип закладів розміщення та їх категорія за євростандартом, ціни номерного фонду). Інфраструктурне забезпечення включає характеристику сполучень (наявність транспортного зв'язку, в тому числі прямих лінійних рейсів, їх взаємозамінність, інтенсивність руху), транспортних засобів (тип і відповідна йому комфортність та швидкість пересування, місткість), інформацію про вартість проїзду та транспортні компанії.

Сільський туризм — це сектор туристичної галузі, орієнтований на використання природних, культурно-історичних і інших ресурсів сільської місцевості і її специфіки для створення комплексного туристичного продукту. Обов'язковою умовою для реалізації даного продукту є те, щоб засоби розміщення туристів знаходилися в сільській місцевості без промислової і багатопверхової забудови.

Населення сільської місцевості, можливо і міське, включаючи фермерів, що мають порожні будинки, кімнати або поверхи у власних будинках, надає їх з мінімальним обмєблюванням і наявністю господарських засобів (посуду, постільної білизни, рушників і ін.) для оренди від двох днів до декількох місяців. Для створення привітнішого прийому господарі можуть запропонувати додаткові послуги гостям: організацію розважальних заходів (баня або сауна, спільний похід на шашлики, по ягоди і гриби, риболовля, мисливство, верхова їзда і т. д.); залучення гостей для допомоги в простих сільськогосподарських роботах, таких як, наприклад, годування тварин, збір урожаю ягід або огірків, не виключено — надання допомоги по догляді за дітьми гостей тощо.

Але при аналізі туристичного продукту необхідно отримати ясну відповідь на запитання: «Що насправді купуватиме турист?». Адже, до певного моменту туристичний продукт не має для споживача абсолютно ніякої цінності. Люди набувають на ринку не товари, а їх функціональну здатність задовольняти певну людську потребу. Так, турист оплачує не готельне розміщення, а нові відчуття і знайомства з невідомим, не біфштекс, а задоволення від нього. Тільки усвідомивши, що товар здатен задовольняти якусь важливу потребу, людина стає покупцем. Реалізація ринкового інтересу агротуристичного господарства до свого товару (туристичного продукту) зумовлює необхідність детального вивчення його споживчих якостей і властивостей, виявлення його найпривабливіших сторін для туристів як покупців цього товару.

Перше питання, яке найчастіше можна почути: «Навіщо їхати в сільську місцевість, адже багато хто має дачу?». Частково можна погодитися з тим, що приватні дачні ділянки створюватимуть певну конкуренцію розвитку сільського туризму, але тільки часткову. По-перше, багато хто знає про велику проблему збереження дачних будинків у повній цілості, оскільки крадіжка і підпали, не є рідкістю. Люди, у яких немає дачі, в даному випадку мають альтернативу: постійно хвилюватися про своє майно або спокійно жити, працювати в місті і при цьому кожного разу вибирати нові місця відпочинку в сільській місцевості. По-друге, сільський туризм дає можливість відпочити від домашнього побуту жіночій частині родини і отримати нові враження дітям. По-третє, він дозволяє отримати зміну обстановки за невеликі для сім'ї гроші, оскільки вартість такого мешкання нижча, ніж у готелі. При цьому всі знають про нестачу або вкрай незадовільний стан більшості старих готелів в маленьких містах, з їх мінімальним комфортом і досить значними цінами. По-четверте, сьогодні на ринку туризму зростає інтерес до внутрішнього туризму і є конкретний попит на оренду у літній період (іноді на достатньо тривалий строк) будинків в сільській місцевості.

Відповідями на друге питання, яке постає перед власником агросадиби: «Чого чекають туристи від сільського туризму?» можуть бути:

- спокою і розміреності сільського життя;
- чистого повітря, сільської тиші і натуральних продуктів;
- комфорту умов мешкання;
- домашньої атмосфери;
- прийнятних цін;
- відчуття близькості з природою;
- отримання нових вражень;
- можливості розваг для дітей і проведення дозвілля для дорослих.

Важливо відзначити, що сільський туризм це не тільки перебування туриста в сільському будинку, але і функціонування цілої інфраструктури сільського туризму, яка включає добре транспортне сполучення між населеними пунктами, місця проведення дозвілля, наявність служб, що надають різні послуги з надання туристичної інформації, маленькі ресторанчики, кафе і трактири. При цьому кожен гість, а в сільському туризмі туриста називають «гостем», повинен постійно відчувати домашній комфорт і підвищену персональну увагу.

Важливо пам'ятати, що головне в обслуговуванні туриста — гостинність, виявлена дружелюбністю, щирому бажанні господаря організувати відпустку гостей в своєму будинку. Якість обслуговування приймаючої сторони полягає в увазі і задоволенні потреб туриста.

Проте, для того, щоб гість оцінив сільську гостинність, одного лише багатства природних ресурсів недостатньо. Господарі повинні докласти зусиль, освоюючи культуру побуту, дотримуватися тиші, підтримувати чистоту в будинку і на прилеглій території, створюючи комфортні умови для мешкання за прийнятну ціну. Для організації повноцінного дозвілля необхідні додаткові послуги: баня або сауна, походи за грибами, ягодами, травами, риболовля, полювання, верхова їзда, догляд за тваринами, національна кухня тощо.

Головне завдання власника об'єкту розміщення — забезпечити надзвичайно високий рівень послуг. Якщо власник зумів перевищити очікування гостей, то гість повертатиметься знову і знову.

Важливим аспектом туристичного продукту в сфері сільського туризму є можливість використання етнографічних особливостей території: ознайомлення з традиціями, національною кухнею, ремеслами, фольклором конкретної місцевості, а також участь в етнографічних святах, приурочена до найбільш важливих подій в житті населення.

В загальній практиці організації туристичної діяльності під туристичним продуктом розуміють три основних види можливої пропозиції на ринку:

1) тур, комплексна туристична послуга (пропонується фірмами, туроператорами (організаторами), може бути проданий споживачеві для особистого користування, а також оптовим покупцям — фірмам-посередникам або турагентствам);

2) окремі туристичні послуги, до яких можна віднести транспортні послуги, послуги розміщення, послуги з оформлення закордонних паспортів і

віз країни перебування, страховку, екскурсійну, анімаційну програму, прокат автомобіля та багато іншого;

3) товари туристичного призначення, включаючи різноманітні матеріали (каталоги, довідники, карти, словники, путівники, сувенірна продукція і т.д.), які необхідні туристу і подорожуючому в країні перебування.

Що ж можна розглядати як основні та додаткові послуги у сфері сільського туризму? Це переважно залежить від тієї форми організації об'єкта сільського туризму, який обере господар цього об'єкту. Розглянемо це питання на конкретних прикладах.

Варіант 1. «Bed & Breakfast» (з англ. «Ліжко та Сніданок») — класичний варіант, з якого, по-суті, і розпочався сільський туризм як окремий вид туристичної діяльності. Передбачає розміщення гостя (туриста) на ніч та приготування йому сніданку, після якого гість має вільний час на здійснення самостійних подорожей або походів, відвідин природних, історичних, релігійних пам'яток.

Основні послуги: надання ліжко-місця, прибирання, харчування.

Додаткові послуги: прокат туристичного та іншого спорядження, продаж сувенірної, рекламної та іншої продукції, баня (сауна).

Варіант 2. «Тур вихідного дня» передбачає розміщення туриста (родини) на два вихідних дні (дві доби).

Основні послуги: надання ліжко-місця, прибирання, харчування або надання доступу до місць самостійного приготування їжі.

Додаткові послуги: організація пікніку, пісенного вечора, екскурсії, рибної ловлі, прогулянки по околицях, баня (сауна), продаж сільгосппродукції.

Варіант 3. «Відпочинок на сільській садибі» передбачає розміщення гостей (переважно родин з дітьми або подружніх пар) на термін від 5 до 10 днів (іноді на триваліший строк) та вимагає більш ретельної підготовки та більших капіталовкладень. Розмір капіталовкладень впливає на якість послуг та їхню ціну.

Основні послуги: надання окремих приміщень (краще з окремими виходами) у будинку господарів або окремому гостьовому будинку, прибирання, харчування або надання доступу до місць самостійного приготування їжі.

Додаткові послуги: організація пікніків, екскурсій, рибної ловлі, прогулянок по околицях, походів, пісенних вечорів, майстер-класів, баня (сауна), продаж сільгосппродукції, демонстрація процесів сільськогосподарського виробництва (збір меду, стрижка овець, догляд за тваринами, виробництво сиру, і т.д.), ознайомлення з традиційними народними промислами.

Варіант 4. «Культурно-етнічна програма» — є варіантом не дуже розповсюдженим, але при гарній його організації достатньо ефективним з точки зору прибутковості. Програма проводиться на базі господарства, триває 2-4 години та передбачає занурення групи туристів в атмосферу повсякденного побуту, притаманного тій чи іншій місцевості або народності. У «високий» сезон можна проводити по 2-3 програми на день.

Основні послуги: екскурсія по садибі, організація харчування стравами національної кухні, етнічна програма з аматорськими або професійними виконавцями з залученням гостей до участі у цій програмі.

Додаткові послуги: продаж сувенірної, рекламної та сільськогосподарської продукції.

Варіант 5 «Відпочинок на галявинці» передбачає надання групі туристів доступу до користування територією господарства та його спорудами (дитячими та спортивними майданчиками, альтанками, місцями для приготування шашликів та барбекю). Гості приїздять, як правило, зі своїми харчами, з яких і готують собі страви. Набирає популярності як корпоративний, так і сімейний, дитячий (шкільний) види відпочинку. Зростає попит на цей вид відпочинку з боку родин під час проведення другого дня весілля (перший день святкується, як правило, в ресторані, після якого залишається багато їжі та напоїв).

Основні послуги: надання платного доступу до користування територією і спорудами, прокат спортивного спорядження, продаж дров, прокат мангалів та іншого обладнання.

Додаткові послуги: прокат посуду, шезлонгів, матраців тощо, продаж сувенірної, рекламної та сільгосппродукції, баня (сауна), приготування замовлених страв.

Варіант 6 «Спеціалізована садиба» проектується та облаштовується як відпочинок для певної цільової групи туристів: рибалок, мисливців, любителів верхової їзди, людей з обмеженими можливостями, родин з маленькими дітьми та ін. В цьому випадку до основних послуг, крім послуг проживання і харчування, будуть віднесені послуги, які спеціально розробляються та позиціонуються для певної категорії туристів, наприклад, надання плаваючих засобів (для рибалок), організація полювання (для мисливців), надання коней, організація кінних походів, іпотерапія (для любителів верхової їзди) тощо.

Сертифікація і стандартизація туристичних послуг в агротуризмі. Як визначено в Законі України «Про туризм», основними цілями державного регулювання в галузі туризму є:

- забезпечення закріплення Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;

- безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд;

- збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові територій; створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності.

З метою захисту інтересів споживачів і держави з питань безпеки туризму, життя і здоров'я громадян, охорони майна та довкілля; класифікації туристичних ресурсів України, забезпечення їх охорони, встановлення гранично допустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля; підвищення якості товарів, робіт, послуг відповідно до потреб споживачів; забезпечення безпеки об'єктів туристичних відвідувань з урахуванням ризику

виникнення природних і техногенних катастроф та інших надзвичайних ситуацій; взаємозамінність та сумісність товарів, робіт, послуг, їх уніфікацію в Україні діє державна система стандартизації у сфері туристичної діяльності.

Нормативні документи із стандартизації у сфері туризму можна поділити на:

- *загальні стандарти*, які запроваджуються у всіх сферах громадського життя і господарювання (наприклад, стандарти, що містять вимоги до будівництва і експлуатації об'єктів капітального будівництва, виробництва промислових і харчових товарів, санітарних вимог до якості води, стандарти управління якістю процесів виробництва тощо);

- *спеціальні стандарти* щодо виробництва та надання туристичних послуг.

Сьогодні в Україні діють:

- *республіканські стандарти Української РСР (РСТ УРСР)*, які застосовуються як державні до їх заміни чи скасування;

- *державні стандарти України* (прийняті після 1991 року), які затверджуються центральним органом виконавчої влади з питань технічного регулювання, а державні стандарти в галузі будівництва та промисловості будівельних матеріалів — спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади з будівництва та архітектури;

- *міждержавні стандарти*, передбачені Угодою про проведення погодженої політики в сфері стандартизації, метрології та сертифікації, підписаною у м. Москві 13 березня 1992 року (надалі — міждержавні стандарти).

Сертифікація — це процедура, при якій спеціально уповноважений державний орган вчиняє перевірку та документально (шляхом видачі сертифіката відповідності) підтверджує відповідність продукції, систем управління якістю, систем управління охороною праці, систем управління персоналом та іншим установленим законодавством вимогам (стандартам), що діють на території України.

За видами сертифікація поділяється на:

обов'язкову сертифікацію — для виготовленої або імпортованої продукції, що входить у список обов'язкової сертифікації. Обов'язкова сертифікація продукції здійснюється тільки за показниками безпеки;

добровільну сертифікацію — для виготовленої або імпортованої продукції, що не входить у список обов'язкової сертифікації, з ініціативи заявника. Це спосіб підвищення конкурентоздатності товару. Добровільна сертифікація продукції, здійснюється за тими показниками, які вибирає сам заявник.

Під час проведення сертифікації та у разі позитивного рішення органу з сертифікації заявникові видається сертифікат та право маркувати продукцію спеціальним знаком відповідності.

В Україні, починаючи з жовтня 1999 року, з метою підвищення рівня туристичного обслуговування, сприяння споживачам у свідомому виборі туристичних послуг, забезпечення рівних можливостей суб'єктам туристичної діяльності на ринку туристичних послуг, забезпечення захисту прав і законних інтересів, життя, здоров'я та майна громадян, підвищення рівня екологі-

чної безпеки, була впроваджена сертифікація та категоризація об'єктів туристичної індустрії, зокрема, засобів розміщення та закладів харчування.

Сертифікація готельних послуг та послуг харчування, що надаються суб'єктами туристичної діяльності (готелі, мотелі, туристичні бази, кемпінги, оздоровчі заклади тощо), є обов'язковою та проводиться виключно в державній системі сертифікації, яка створена Державним комітетом України з питань технічного регулювання та споживчої політики.

Сертифікація туристичних послуг проводиться згідно з Правилами обов'язкової сертифікації послуг з тимчасового розміщення (проживання) (в редакції наказу Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 17.06.2010 р. № 238) та Правилами обов'язкової сертифікації послуг харчування (наказ Державного комітету по стандартизації метрології та сертифікації України від 27.01.1999 р. №37), на відповідність обов'язковим вимогам нормативних документів, чинних в Україні, щодо безпеки для життя та здоров'я людей, захисту їхнього майна та охорони навколишнього середовища.

Відповідно до Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 15.03.2006 р. № 297, послуги з тимчасового розміщення підлягають обов'язковій сертифікації стосовно безпеки для життя та здоров'я людей, захисту їх майна та охорони довкілля в порядку, встановленому законом. При чому, зазначений Порядок має застосовуватися як до колективних засобів розміщення, так і до індивідуальних. Виключенням є розміщення юридичною особою своїх працівників у засобі розміщення, що йому належить, розміщення осіб на строк більше місяця та осіб, які навчаються у навчальному закладі, а також безоплатне розміщення фізичною особою родичів або інших осіб.

Відповідно до державного стандарту ДСТУ 4268-2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги.» засоби розміщення туристів поділяють на колективні та індивідуальні. Розглянемо об'єкти, які можна використовувати для надання послуг розміщення у сфері сільського туризму:

1) *колективні засоби розміщення (кількість місць 10 або більше):*

- помешкання, призначені для відпочинку — засоби розміщення, що мають єдине керівництво і надають обмежені готельні послуги, крім щоденного заправлення ліжок та прибирання житлових приміщень (комплекси будинків, організовані як житло, або бунгало);

- закриті майданчики, призначені для розташовування наметів, автофургонів, автопричепів та будинків на колесах, що мають єдине керівництво і надають певні туристичні послуги (інформаційні, продаж товарів у магазинах, відпочинок та розваги);

2) *індивідуальні засоби розміщення (кількість місць менш як 10):*

- власне житло, в якому за плату або безоплатно надають обмежену кількість місць; у цьому разі всі одиниці розмішування (кімната, житло) є незалежні і їх займають туристи або господарі, які використовують це житло обмежений проміжок часу як другий будинок або будинок для відпочинку (дачу);

- житло, орендоване у приватних осіб (квартири, вілли, будинки, котеджі тощо), що їх на тимчасових засадах здають в оренду як повністю облаштовані одиниці для проживання туристів на підставі угод між домашніми господарствами;

- неосновне власне житло (квартири, вілли, будинки, котеджі тощо), яке використовують під час туристичної подорожі відвідувачі;

- інші індивідуальні засоби розміщування, які складаються з наметів на неорганізованих майданчиках.

ДСТУ 4268-2003 містить загальні вимоги до засобів розміщення, зокрема:

- зручні під'їзні шляхи з необхідними дорожніми знаками та вимощеними пішохідними доріжками;

- прилегла до засобів розміщування територія повинна бути впорядкована та озеленена, добре освітлена; мати майданчик з твердим покриттям для короткочасного паркування автотранспорту, необхідні довідково-інформаційні вказівники, смітники;

- наявність вивіски із зазначенням виду та назви засобу розміщення;

- наявність інформації стосовно виконавців послуг засобів розміщування, режиму їх роботи та переліку послуг, що надаються, яка повинна знаходитися при вході на територію і (або) у приміщенні;

- освітлення в житлових та громадських приміщеннях — природне та штучне, в коридорах — цілодобове згідно із СНиП 23-05;

- систему електропостачання з підведенням до житлових приміщень, електричні розетки повинні бути відповідно помарковані (зазначено електричну напругу);

- холодне та гаряче водопостачання і каналізацію — згідно зі СНиП 2.04.01 (у сільських районах та у районах з перебоями у водопостачанні необхідно забезпечити мінімальний запас води не менше ніж на добу та підігрів води);

- опалення, що підтримує температуру повітря у житлових приміщеннях у межах від 18 °С до 22 °С згідно зі СНиП 2.04.05;

- вентиляцію (природну або примусову), що забезпечує циркуляцію повітря і перешкоджає проникненню сторонніх запахів у житлові приміщення згідно з СНиП 2.04.05;

- телефонний зв'язок;

- мережу радіомовлення (підведення до усіх житлових кімнат) або незалежні від мережі радіоприймачі;

- площа житлової кімнати повинна бути не менша ніж 8 м²;

- площа житлової кімнати на одну особу, що проживає у будинках — не менша ніж 6,0 м² (цілорічного функціонування), не менша ніж 4,5 м² (сезонного функціонування);

- у житловій кімнаті повинні бути: меблі (ліжко, тумбочка, стіл, стілець, шафа або ніша для одягу), інвентар (килимok біля ліжка, дзеркало тощо), постільні речі (матрац, дві подушки, наволочки, ковдра, покривало на ліжко, простирадло, підковдра) за кількістю тих, хто проживає, та рушники (не менше двох на одного туриста); цупкі завіски або жалюзі, що дають

змогу затемнювати приміщення, та прозорі завіски на вікнах; світильники на стелі (на стіні); замки у дверях із внутрішнім запобіжником; відповідний інвентар (попільничка — крім засобів розміщування для дітей та юнацтва, ключ комбінований для відкривання пляшок, набір посуду для питної води тощо);

- санвузол у номері повинен бути обладнаний умивальником, унітазом, ванною або душем. За відсутності санвузла в номері засоби розміщування повинні мати санітарні об'єкти загального користування (з розрахунку один унітаз, один умивальник і один душ не більше ніж на десять осіб окремо для жінок та чоловіків);

- у санвузлі повинні бути: дзеркало над умивальником з освітленням, поличка для туалетних речей, тримач для рушників, гачки для одягу, туалетне мило або дозатор для рідкого мила, туалетний папір, накривка до унітаза, кошик для сміття;

- у засобах розміщування треба передбачити: кімнату побутового обслуговування з праскою та прасувальною дошкою, щітками для одягу та взуття — в колективних засобах розміщування, надання праски та прасувальної дошки — в індивідуальних засобах розміщування; місце для прання та сушіння одягу з необхідним обладнанням та інвентарем;

приміщення або частину приміщення для перегляду телепередач та інших культурно-масових заходів; приміщення для надавання послуг харчування згідно з ГОСТ 30523 і (або) кухня для самостійного приготування їжі, з холодильником, електричною (газовою) плитою або пічним опаленням; пристрої зручного користування для інвалідів: нахилені пандуси біля входних дверей для проїзду інвалідного візка, ліфти, спеціально облаштовані номери і туалети та інше згідно з ДБН В.2.2-9 (у новозбудованих колективних засобах розміщування);

- обслуговуючий персонал, що надає послуги у колективних засобах розміщування, повинен мати відповідну освіту та кваліфікацію, що відповідає виконуваній роботі та створювати атмосферу гостинності, комфорту, бути доброзичливим та ввічливим;

- у колективних засобах розміщування повинні бути розроблені та затверджені посадові інструкції для персоналу.

Крім того, ДСТУ 4268-2003 висуває певні вимоги до послуг, що надаються засобом розміщення, а також до безпеки та охорони навколишнього середовища.

Наведені вище вимоги, як можна бачити, не виходять за межі загальних вимог до комфорту проживання та безпеки людини, хоча деякі з них (наприклад, наявність мережі радіомовлення, попільниць у кімнатах, облаштування кімнат для інвалідів) з урахуванням сучасних реалій сільського туризму доцільніше було б зробити не такими обов'язковими.

Нормативні документи передбачають обов'язкову сертифікацію послуг тимчасового розміщення та не містять виключень щодо засобів розміщення та суб'єктів туристичної діяльності. Тобто, проходити процедуру сертифікації та отримувати відповідний сертифікат мають всі суб'єкти туристичних

послуг, які надають послуги розміщення (проживання) — від п'ятизіркових готелів та круїзних лайнерів до наметових містечок та хат мазанок. Що ж до практики самої процедури сертифікації об'єктів сільського туризму, то за інформацією, отриманою від органів сертифікації та власників агросадіб, сьогодні в Україні вона практично не проводиться, а наявність сертифікатів відповідності туристичних послуг державним стандартам контролюючі органи не перевіряють.

Послуги харчування, що надаються суб'єктами туристичної діяльності, також підлягають обов'язковій сертифікації відповідно до Правил обов'язкової сертифікації послуг харчування, затверджених наказом Держстандарту України від 27 січня 1999 р. №37. Об'єктами обов'язкової сертифікації у Системі сертифікації УкрСЕПРО є послуги харчування, результати послуг харчування, процес надання послуг харчування, системи якості.

Необхідно зазначити, що ці Правила містять норми, що виключають із процедури обов'язкової сертифікації послуг харчування значну кількість суб'єктів, які надають послуги харчування у сфері сільського туризму, а саме:

- термінологічно «послуги харчування» визначені як «послуги громадського харчування» — результат діяльності підприємств та громадян-підприємців з задоволення потреб споживача в харчуванні та проведенні дозвілля;

- «суб'єкти туристичної діяльності» визначені як підприємства, установи, організації незалежно від форм власності, фізичні особи, що зареєстровані у встановленому чинним законодавством України порядку і мають ліцензію на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг.

Агрогосподарства, які працюють у формі особистого селянського господарства, відповідно до ст. 1 Закону України «Про особисте селянське господарство» не є суб'єктами підприємницької діяльності. Зважаючи на це, до них не можна застосувати вимоги щодо обов'язкової сертифікації послуг харчування (у випадку, якщо господарство надає такі послуги).

При бажанні такі господарства можуть подати заяву на добровільну сертифікацію послуг харчування в Системі, яка згідно Правил здійснюється у відповідності до вимог, що не віднесені актами законодавства та нормативними документами до обов'язкових. При цьому сертифікація на відповідність усім обов'язковим вимогам виконується неодмінно.

Класифікація та категоризація агротуристичних об'єктів. Агротуристична діяльність значною мірою залежить від якості послуг, які надаються. Тому особи, які приїжджають у село, шукають помешкання, що відповідають їхнім вимогам. За Світовою Організацією Туризму (WTO) якість послуг в туризмі означає «виконання за встановлену і прийнятну ціну всіх правомірних бажань і очікувань клієнта при одночасному забезпеченні якості, безпеки, гігієни і доступності туристичних послуг та гармонії людського і природного середовища».

У відповідності з визначенням Міжнародної організації по стандартизації, якість — це сукупність властивостей і характеристик продукту, які надають йому здатність задовольняти обумовлені чи передбачені потреби. Існує також визначення якості продукції, наведене Державним стандартом Украї-

ни, згідно з яким якість, як економічна категорія, відбиває сукупність властивостей продукції, що зумовлюють міру її придатності задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення.

Туристичний продукт — поняття комплексне, яке формується з багатьох взаємопов'язаних складових — туристичних послуг. Якість послуги визначається вимогами статті 12 Закону України «Про захист прав споживачів», згідно з яким «Продавець (виготівник, виконавець) зобов'язаний передати споживачеві товар (роботу, послугу), який за якістю відповідає вимогам нормативних документів, умовам договору, а також інформації про товар (роботу, послугу), що надається продавцем (виготівником, виконавцем)». Важливими нормативними документами, які встановлюють норми, правила та вимоги до туристичного продукту, є стандарти.

Поселення великою мірою позначається на якості відпочинку. Істотними є чинники, які доводять цю якість до єдиної норми і засад обслуговування клієнтів, інформують туристів про рівень і якість пропозиції. Тому надзвичайно важливим інструментом оцінки якості є категоризація і стандартизація агротуристичних об'єктів і сільського туризму. Головною метою категоризації є можливість забезпечити надання відповідного рівня послуг шляхом виконання основних вимог, нижче яких надання цієї послуги є неприпустимим. Стандартизацію норм надавання послуг завжди трактують як елемент підвищення якості пропозиції.

Одним з перших підприємців, який започаткував принципи уніфікації і стандартизації переліку та якості послуг тимчасового розміщення (проживання) у сфері туристичних послуг став американець Конрад Хілтон, засновник та власник корпорації «Хілтон», який став позначати клас своїх готелів зірочками — від однієї до п'яти — по аналогії з коньяком.

Сьогодні у світі, крім «зіркової» категоризації готелів існує ряд альтернативних систем оцінювання. «Зіркова» класифікація, яка виникла в США, сьогодні впевнено закріпилася у Європі, і називається в літературі «європейською».

Категоризація готелів та неготельних засобів розміщення, а також агроосель, має за мету визначення та приведення до уніфікованих стандартів надання послуг розміщення, і є одним з найбільш дієвих інструментів розвитку туризму, у тому числі і сільського. Головною метою проведення категоризації закладів, що надають послуги розміщення, у всіх країнах є підвищення та дотримання якості наданих послуг розміщення, обслуговування та мінімізація негативного впливу на навколишнє середовище. Процедури категоризації закладів розміщення, як правило, вміщують в собі від 30 до 200 окремих вимог, які дають реальну відповідь на запитання: що клієнт може очікувати в тому чи іншому закладі певного типу та категорії.

Навіть не знаючи достеменно норм категоризаційних вимог, турист може побачити різницю між закладом розміщення вищої категорії і нижчої категорії, окрім того, що обидва заклади надають послуги розміщення. Тому навіть найбільш стислі відповіді на поставлені запитання про якість надаваних послуг, несуть необхідну, як для пересічного споживача, так і для профе-

сіоналів туристичного бізнесу, інформацію щодо виду та категорії закладу розміщення.

В Україні діє затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 29.07.2009 р. № 803 Порядок встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), який визначає, що категорії готелям встановлюються за результатами обов'язкової сертифікації послуг з тимчасового розміщення в державній системі УкрСЕПРО та оцінювання відповідності готелів вимогам певної категорії. Вимоги щодо класифікації готелів та аналогічних засобів розміщування незалежно від форм власності та відомчої належності встановлює державний стандарт ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів». Відповідно до цієї класифікації готелі класифікують за п'ятьма категоріями — від однієї до п'яти зірочок. Сьогодні встановлення об'єктам туристичної інфраструктури (готелям, іншим об'єктам, призначеним для надання послуг з розміщення, закладам харчування, курортним закладам тощо) відповідної категорії здійснюється за заявою його власника та здійснюється в добровільному порядку.

У сільському туризмі інформація щодо категорії садиби є важливою, насамперед для безпосередніх споживачів послуг та посередників (туроператорів та турагентів і т. п.), оскільки дозволяє не тільки чітко уявити асортимент та якість надаваних послуг гостинної садиби, але і порівняти послуги різних закладів, які подано на вибір.

Власники сільських садиб, які пройшли процедуру категоризації, надають той перелік послуг і забезпечують ті умови комфорту проживання, які є чітко зрозумілими не тільки внутрішнім туристам, але й іноземним. Що, в свою чергу, забезпечує зменшення витрат на просування цих садиб на ринок при одночасному збільшенні кількості відпочиваючих у них.

Наприклад, в Польщі система категоризації спирається на зразки і критерії, які прийняті в державах Європейського Союзу. На даний момент в Польщі діє 77 інспекторів, які мають повноваження здійснювати категоризацію. Свідомством перевіреної якості ночівель є сонечка. Максимально можна отримати III категорію, тобто три сонечка. Категоризація є інструментом здійснення контролю за якістю пропозицій агротуристичних господарств. Ця система є добровільною, але категоризовані об'єкти гарантують високу якість послуг і охочіше відвідуються туристами.

У сфері сільського туризму на даний час єдина уніфікована система категоризаційних норм відсутня. І, напевно, не буде викристалізована у найближчі десятиліття. Пояснюється це як специфікою ведення туристичного та готельного бізнесу у різних країнах світу, так і факторами економічної доцільності та ментальності.

Норми категоризації, що застосовуються у європейських країнах, містять вимоги щодо обладнання, кваліфікації персоналу та переліку надання послуг розміщення (в тому числі послуг харчування).

Мінімальні вимоги можна поділити на шість основних груп:

1. *Зовнішні елементи ведення господарства та технічне обладнання* (вхід, під'їзд, паркування машин, озеленення території).

2. *Встановлення обладнання та технічне забезпечення* (кондиціонер, вентиляція, опалення, водопостачання, телефонний зв'язок та теле- і радіокомунікаційний зв'язок, ліфти, енергопостачання).

3. *Основні елементи, що відносяться до функціонування програми обслуговування і використання об'єкту* (рецепція, хол, приміщення загального користування та надання додаткових послуг тощо).

4. *Житлова частина* (мінімальна площа номерів та апартаментів, детальний перелік умеблювання та обладнання, облаштування санітарних вузлів, наявність засобів телекомунікації та зв'язку).

5. *Надання послуг* (зберігання цінних речей та багажу, надання першої допомоги, послуг харчування з можливістю самостійного приготування їжі, можливість прокату та зберігання рекреаційного інвентарю, автосервіс, пральня та хімчистка).

6. *Кваліфікація персоналу* (освіта, знання іноземних мов). Як правило, норми категоризації подають тільки перелік мінімальних вимог. Передбачаються також незначні відхилення від норм для історичних будинків та будинків, які збудовані в місцевих архітектурних традиціях тощо.

Поінформованість про категорію засобу розміщення суттєво впливає на мотивацію вибору клієнтом саме цього, а не іншого засобу розміщення, тому ця інформація є чіткою і стислою. Категоризація не може бути предметом маніпуляції.

Заходи щодо категоризації мають базуватися на виконанні чи перевиконанні впроваджених норм. Дії щодо присвоєння іншої категорії, не передбаченої нормами, не залежно від причини, економічної чи амбіційної, спричиняють до дезорієнтації клієнтів.

Тому, наприклад, відповідно до змісту категоризаційних норм, головним фактором, що впливає на категорію закладу, є технічний проєкт будинку, його оточення, а також розташування.

З точки зору розуміння основної мети категоризації (інформація для клієнта) краще, коли фактичний стандарт засобу розміщення перевищує формальний, ніж навпаки. Дії, спрямовані на завищення категорії, не мають економічного підґрунтя в умовах вільного формування цін незалежно від категорії закладу.

Звичайно, норми категоризації є часто змінюваними з різних причин. Однею з найважливіших з них є технічний прогрес, зміни в способах задоволення потреб у закладі, де клієнт часто зупиняється. Прикладом може стати мінімальне облаштування номерів і санітарних вузлів у відповідності до санітарних вимог та вимог клієнтів.

Як зазначено вище, норми встановлюються як мінімальні вимоги, яких необхідно дотримуватися, створюючи та відкриваючи нові заклади.

Для країн-членів Європейської федерації сільського туризму «EuroGites» у 2005 році запроваджено рекомендаційний документ «Оціночна система стандартів якості і послуг у сільському туризмі».

Ці Стандарти не є обов'язковим документом. Однак усім членам Європейської федерації сільського і фермерського туризму рекомендується вико-

ривувати їх у своїй роботі, що буде гарантом якості і своєрідним брендом Федерації.

Стандарти включають 5 основних розділів:

Блок 1. Оснащення житла.

Блок 2. Околиці.

Блок 3. Послуги у закладах розміщення у радіусі до 15 км.

Блок 4. Особисті якості господарів.

Блок 5. Забезпечення безпеки відпочинку.

Проведення категоризації сільських садиб з метою визначення та приведення до уніфікованих стандартів надання послуг розміщення є одним з найбільш дієвих інструментів щодо розвитку сільського туризму. Актуальність проведення категоризації зумовлюється тими чинниками, що власники сільських садиб, які пройшли процедуру категоризації, надають той перелік послуг і забезпечують ті умови комфорту проживання, які є чітко зрозумілими не тільки внутрішнім туристам, а й іноземним. Що, в свою чергу, за даними асоціації «EuroGites», забезпечує зменшення витрат на рекламування цих садиб при одночасному збільшенні кількості відпочиваючих.

Враховуючи це, в Україні упродовж останніх років з метою присвоєння певного рівня якості послуг у сфері сільського туризму було реалізовано декілька спроб запровадити добровільну категоризацію агросадиб як засобів тимчасового розміщення (проживання) туристів.

Так, у 2007 році Херсонською обласною державною адміністрацією було затверджено (розпорядження №1227 від 17.09.2008 р.) Положення про порядок добровільної категоризації особистих селянських господарств, які займаються сільським туризмом за системою критеріїв «Коши Таврії» в Херсонській області. Для визначення категорії було обрано символ «Кошик», а рівень якості селянських господарств рахувався від одного до п'яти кошиків. Названа система так і не була реалізована на практиці, а Положення втратило силу.

У 2008 році Спілкою сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні було затверджено Програму добровільної категоризації у сфері сільського зеленого туризму «Українська гостинна садиба», яка розроблена на підставі законів України «Про туризм», «Про захист прав споживачів», міждержавних стандартів на туристично-екскурсійне обслуговування та аналогічних стандартів країн-членів Європейської федерації сільського та фермерського туризму EUROGITES (Австрії, Ірландії, Німеччини, Польщі, Угорщини, Швеції, Швейцарії, Чехії). Знак «Українська гостинна садиба» включає графічний символ української хатинки, під якою розміщено одна, дві або три квітки в залежності від категорії садиби.

Вимоги добровільної категоризації розроблені відповідно до вимог ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги», нормативних документів та основних стандартів щодо індивідуальних та колективних не готельних засобів розміщення європейських країн. Дана Програма поширюється на індивідуальні та колективні засоби розміщення не готельного типу, які призначені для проживання туристів на сільських територіях. Категоризацію по Програмі можуть пройти тільки власники сіль-

ських садиб, які є членами Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні та об'єднуються у мережу «Українська гостинна садиба».

Запропонована Спілкою система категоризації включає чотири категорії агросадиб: базова (без квітки), перша (одна квітка), друга (дві квітки) і третя (три квітки). Знак «Українська гостинна садиба» дає право сільському господарю повідомляти про відповідну якість житлових умов та рівень послуг у засобах реклами та інформації, встановлювати плату, адекватну до його категорії тощо, надається на термін три роки, що засвідчується відповідним сертифікатом. Цей знак надається Спілкою сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні і може використовуватися як маркетинговий інструмент у зростанні популярності садиби.

Категоризація засобів розміщення здійснюється у добровільному порядку за заявою власника засобу розміщення або уповноваженої ним особи до Комісії з категоризації у сфері сільського туризму «Українська гостинна садиба» Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні, яка діє на підставі затвердженого Положення про її діяльність. До заяви господар додає характеристику садиби та план будинку.

Всього в Україні за останні два роки категоризацію по програмі «Українська гостинна садиба» пройшли 84 садиби з 16 областей, у тому числі отримали сертифікат:

- базового (найнижчого) рівня — 46 садиб;
- першого — 10;
- другого — 17;
- третього (найвищого) — 11.

Якість послуг розміщення для пересічного споживача у сільському зеленому туризмі невіддільна від екологічних факторів, адже тільки українське село на даний час здатне забезпечити мешканцям міст, які є основною цільовою групою споживачів туристичних послуг на сільських територіях України, екологічно безпечний відпочинок.

Екологічна складова якості послуг сільського туризму є надзвичайно важливою, адже в уяві більшості потенційних споживачів відпочинок на селі асоціюється з відпочинком на природі і передбачає чисте та привабливе довкілля, екологічно чисті продукти, екологічно-орієнтовані види відпочинку. Недарма сільський туризм нерідко називають ще й зеленим туризмом. Переважна більшість агротуристичних садиб має чималу екологічну складову у структурі своїх послуг. Відповідно, якість цієї складової потребує системи оцінки, зрозумілої споживачу.

Така система оцінки екологічної якості послуг сільського туризму була запроваджена Спілкою у 2004 році — це система екологічного маркування садиб «Зелена садиба». Вона розроблена за випробуваними європейськими зразками з урахуванням специфіки умов України і визначає, у першу чергу, такий спосіб існування та обслуговування садиби та її гостей, внаслідок якого екологічний стан довкілля зазнає якомога меншої шкоди, або навіть покращується. Наявність знаку «Зелена садиба» привертає увагу у першу чергу екологічно орієнтованих туристів, які складають більшість у розвинених єв-

ропейських країнах та, яких дедалі більше серед наших співвітчизників. Це обумовлює зростання популярності екологічного маркування серед власників садиб. Щороку в Україні кількість маркованих садиб збільшується і, на сьогоднішній день, складає 58 садиб із 7 областей, у тому числі отримали сертифікат першого (найнижчого) рівня — 50, другого рівня — 8, третього (найвищого) — жодна садиба.

Коротко описати зміст градації екологічної якості, що встановлена знаками «Зелена садиба» різного рівня можна наступним чином:

- знак першого рівня свідчить, що садиба функціонує таким чином, щоб мінімізувати шкоду, завдану довкіллю;
- знак другого рівня свідчить, що власники садиби докладають активних зусиль до покращення екологічного стану довкілля;
- знак третього рівня визначає екологічно-сприятливу та природоохоронну діяльність як основну складову послуг сільського туризму, що надаються в даній садибі.

Проходження процедури екологічного маркування має бути абсолютно добровільним та свідомим вибором господарів садиби. Відповідність маркованої садиби переліку вимог системи «Зелена садиба» гарантується Спілкою. Сертифікат та знак «Зелена садиба» надаються на термін 2 роки.

Більш детально з вимогами програми добровільної категоризації «Українська гостинна садиба» та «Зелена садиба» можна ознайомитися на офіційні Інтернет — сторінці Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні <http://www.greentour.com.ua/ukrainian/>.

Крім цього, є досвід запровадження інших систем категоризації сільських садиб в низці регіонів України.

Так, 31 травня 2011 року наказом Міністерства курортів і туризму Автономної Республіки Крим затверджено нову редакцію Положення про добровільну категоризацію засобів розміщення сільського і зеленого туризму в Автономній Республіці Крим.

Норми добровільної категоризації встановлені відповідно до вимог ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги», нормативних документів і державних стандартів щодо індивідуальних засобів розміщення. До індивідуальних засобів розміщення туристів відносяться власне житло, в якому за плату або безкоштовно надається обмежена кількість місць, при цьому всі одиниці розміщення (кімната, житло) є незалежними і їх займають туристи або господарі, які використовують це житло обмежений термін як інший будинок або будинок для відпочинку (дачу).

Встановлюються чотири категорії добровільної категоризації, які позначаються відповідним знаком. Знак розробляється громадськими організаціями у сфері туризму, які здійснюють категоризацію садиб сільського і зеленого туризму в Автономній Республіці Крим. Знаком позначаються чотири категорії засобів розміщення: базова (найнижча), перша, друга, третя (найвища). Знак дає право власника садиби повідомляти про відповідні якості житлових умов і рівень послуг в засобах реклами і інформації; встановлюва-

ти плату, зіставну з його категорією; використовувати знак як елемент популяризації певного рівня садиби.

З повним текстом названого наказу можна ознайомитися, зокрема, на сайті http://www.feodosia-info.com/images/stories/selskie_usadbi.doc.

Гостинність в агротуризмі. В 60-роках минулого століття в умовах певної «індустріалізації» готельних послуг захопленість технологічними нововведеннями призвела до переконання, що всі контакти між клієнтами й обслуговуючим персоналом варто було б звести до мінімуму, це раз і назавжди вирішило б і проблему ввічливості, і гостинності. Опитування громадської думки, що проводилися в той час, вказували на поширення серед керівників, обслуговуючого персоналу і клієнтів думки про те, що добре обслуговування — це елемент минулого і, що зниження задоволеності клієнтів наданим обслуговуванням — це лише плата за доступність і економічну ефективність.

Гостинність у відносинах із клієнтами була забута багатьма і стала одним із втрачених мистецтв. Пояснення цьому шукають у поведінці службовців, ігноруванні потреб клієнтів і/або надмірній зацікавленості керівництва в отриманні прибутку. Перелік подібних «причин» нескінченний. Зовнішня очевидність такої омани призвела до скорочення до мінімуму всіх контактів клієнтів зі службовцями. Так почалася ера самообслуговування, покликана до життя тенденцією заміни службовців машинами. Завдяки новим технологіям з'явилася можливість швидко нагодувати тисячі людей, у лічені хвилини одержати статистичні дані про ціну продуктів і рівень завантаження, у найкоротший термін зробити бронювання в будь-якому готелі світу тощо.

Однак клієнти не прийняли цю тенденцію, і на даний час існує багато доказів того, що індустрія гостинності переглядає свої позиції з цього питання. Гостинність не лише не вмерла, але, навпаки, стає новим символом.

В загальному розумінні гостинність — це турбота, виявлена по відношенню до гостя, і здатність відчувати потреби клієнтів — невліпові, але настільки очевидні риси в поведінці службовців; це саме той елемент, що зробить: спогади клієнтів приємнішими, а враження запам'ятовуватимуться на довше.

Важко дати повне і точне визначення гостинної поведінки. Це якість обслуговування, а не рівень підготовки або досвід, якому вчать. Гостинність згадують поряд із комфортом, смачною кухнею і якістю обслуговування як одну з рис, котрі вирізняють господарство, що надає агротуристичні послуги. Звернення уваги на гостя і турбота про нього є вирішальними факторами, коли йдеться про забезпечення нашим клієнтам першокласного обслуговування.

Гостинність господарів має бути природною, а гості мають з приємністю думати про те, якими доброзичливими та приязними є господарі, адже тільки за таких умов гостинність чудово виконає свою роль і принесе задоволення клієнтам. Агротуристичні господарства мають велику кількість переваг, пов'язаних з комфортом та рівнем відпочинку, який можуть отримати туристи в такому місці. У галузі туристичних послуг гостинність має особливе значення. Ознакою, яка відрізняє агротуристичні господарства від інших

суб'єктів, що надають готельні послуги, є врахування власниками індивідуальних потреб своїх гостей. Головні визначники гостинності — це географічні, культурні та соціальні аспекти. Агротуристичні господарства, які проводяться сім'єю, найчастіше засновані на традиційних цінностях, характерних для даного регіону. Стиль обслуговування, оздоблення житла, особливості місцевої кухні та якість атракцій віддзеркалює все те, що є характерним для регіону. Гість повинен переконатись у приязності та привітності родини, яка приймає туристів. Кожне господарство має свою неповторну пропозицію, яка зумовлює певні очікування клієнтів, що викликають визначену поведінку господарів. А така поведінка впливає на гостинність у господарстві. Туристи дуже цінують сімейну атмосферу серед господарів, які розглядають своїх гостей як членів родини. Крім того, елементи дизайну інтер'єру, кольори, що використанні в оздобленні, декорації формують думку, чи господарство розглядається як гостинне чи ні. Надмірна простота, дешевизна застосованих рішень, використання у приміщеннях універсальних і таких, що не забруднюються, кольорів не створюють відчуття затишності і сприйматимуться як мало гостинна оселя. Натомість доглянута будівля, впорядкована прилегла територія, квіткові клумби, використання теплих кольорів та елементів оздоблення з урахуванням певного стилю дизайну вже з самого початку перебування справлятиме враження гостинності.

Якщо йдеться про риси характеру господарів, то слід уникати надмірного прояву своїх симпатій до клієнтів. Суть гостинності криється у деталях і дрібних жестах, важливими є особисті якості, інтелігентність, толерантність, ввічливість, послужливість (але не надмірна), привітний вираз обличчя, вміння поспіхатись, загалом — така особистість, яка б притягувала до себе гостей і допомагала створити атмосферу справжньої гостинності. Господар та його родина повинні ставитись надзвичайно терпляче і з розумінням до туристів, які їх відвідують, а при вітанні гостей слід застосовувати зокрема такі звороти як:

«Ми раді, що Ви до нас завітали!», «Ми з нетерпінням чекали на Ваш приїзд!», «Кімната вже готова і чекає на Вас».

Для гостей агротуристичного господарства важливим є те, що саме вони отримують при виборі певного об'єкту. Більше того, якщо їм сподобається форма гостинності, то вони можуть залишитись на довше чи приїхати ще раз.

Для туристів, які пізнають природу, буде дуже добре, якщо господар або член його родини мандруватиме з туристами по околицях і під час таких прогулянок допоможе відвідувачам відкрити для себе тваринний і рослинний світ, відповідаючи на запитання зацікавлених осіб.

Для сімей з дітьми — слід приготувати багато можливостей для активного проведення вільного часу: дитячий майданчик, безпечна ділянка, де діти можуть бігати, домашня бібліотека з книжками і журналами для дітей і дорослих. Важливо також враховувати потреби тих туристів, які хочуть проводити час тільки зі своєю сім'єю без контакту з іншими сім'ями. Для цього необхідно так організувати їхнє перебування, щоб забезпечити відповідні умови, адже позитивне враження підсилить переказ інформації іншим особам про гостинність господарів.

Аналізуючи теоретичні дослідження в сфері туристичної індустрії та практику, що склалася на ринку туристичних послуг, можна сформулювати наступні ключові принципи гостинності та основні правила обслуговування, які господарі можуть взяти за основу при створенні власного агротуристичного господарства.

Ключові принципи гостинності:

- щире та сердечне привітання гостей;
- передбачення та виконання побажань гостей, постійна увага до їх потреб;
- взаємопідтримка та повага між господарями;
- тепле прощання з гостями;
- постійне вдосконалення послуг.

Основні правила обслуговування:

- посмішка є візитною карткою господарів;
- при зустрічі з гостем привітатися, старатися називати його на ім'я;
- не допускати фамільярності, не дошкуляти гостям;
- одяг має бути чистим і охайним, а макіяж — помірним;
- зберігати конфіденційність щодо будь-якої особистої інформації гостей;
- виконувати обіцянки та побажання точно в строк;
- вислуховувати претензії у спокійній манері, докладати всіх зусиль щодо задоволення скарг, переконатися, що гість задоволений;
- попередити про існуючі небезпеки, підготувати гостей до правил поведінки у надзвичайних ситуаціях;
- особливо відзначати постійних гостей.

Враховуючи послідовний курс України в напрямку євро- та світової інтеграції, не можна оминати увагою процеси, які відбуваються у світовій туристичній галузі. Навпаки, необхідно ретельно вивчати тенденції міжнародного туризму та своєчасно готувати ґрунт для прийому іноземних туристів у вітчизняних агротуристичних господарствах.

Процеси глобалізації, інтеграції, технологічної конвергенції сьогодні призводять до того, що об'єкти туристичної індустрії по всьому світу стають більш схожими один на одного. Наприклад, готельний комплекс в Нью-Йорку по своїй організаційній структурі, за своїми завданнями, роботі підрозділів більше схожий на готельний комплекс такої ж місткості в Парижі, Гонконгу або в іншій точці світу, ніж до готельного комплексу удвічі меншої місткості в тому ж Нью-Йорку. Ресторани одного ресторанного ланцюга в різних містах світу можуть запропонувати однакове меню, дизайн приміщення, стандарти обслуговування, не дивлячись на відмінності в культурах країн базування. Тому все більш рідкісними, хвилюючими, екзотичними і жаданими для туриста є відчуття, що пов'язані із зануренням в унікальну і самобутню атмосферу тієї чи іншої місцевої культури.

В цих умовах збереження національних рис та культурно-історичної спадщини, відтворення етнічних особливостей певної місцевості, використання всього цього при розробці конкретних туристичних послуг стане, безумовно, сильною рисою конкретного агрогосподарства та перевагою на ринку туристичних послуг.

КРОК 4. ВИВЧЕННЯ РИНКУ

Оцінка цільових груп споживачів. Туризм виник в той період розвитку суспільства, коли людина перестала працювати тільки заради виживання, піклуватися про хліб насущний, а почала думати про відпочинок і розваги, реалізовувати потребу в інформації, а подорожі розглядати як засіб отримання цієї інформації. На певному етапі розвитку економіки, коли потреба у подорожах різко зросла, з'явилася і окрема галузь господарювання — туризм. Зважаючи на це, туристична послуга не є товаром першої необхідності, тому вона стає нагальною потребою людини тільки при певному рівні її доходу, а також при певному рівні багатства суспільства.

Плануючи бізнес у сфері сільського туризму необхідно визначити, на яке коло споживачів він має бути орієнтований, потреби якої категорії людей він має задовольняти. Оцінку споживчого ринку та його сегментацію можна проводити за різними ознаками.

За демографічною ознакою поділ споживачів відбувається за їх віком, статтю, сімейним становищем. За віком туристів можна умовно поділити на наступні групи, обслуговування кожної з яких висуває до власника господарства певні вимоги.

Крім того, необхідно пам'ятати, що для певних вікових груп (молодь та економічно активні особи) наявність достатніх засобів комунікації (мобільного зв'язку та Інтернету) може бути вирішальним фактором при виборі місця відпочинку.

Господарство може розробити послуги, спеціально орієнтовані переважно за гендерною ознакою: на чоловіків (риболовля, більярд, сауна) та/або на жінок (майстер-класи по в'язанню, вишивці, плетінню, приготуванню їжі, фітодизайну).

За соціально-економічною ознакою сегментація відбувається на основі професійної приналежності, освіти та рівня доходу.

Професійна приналежність туристів та їх освіта на сьогодні не є одним з найважливіших факторів при виборі потенційних споживачів. Міжнародна та вітчизняна практика агротуризму висуває певні вимоги до послуг, які орієнтовані на туристів певної соціальної спрямованості або туристів, що мають певні захоплення.

Вікова група	Вимоги
Діти до 7–10 років, що, подорожують із батьками, іншими родичами (опікунами)	Облаштування території ігровими майданчиками, басейнами, розважальні програми, підвищені санітарно-гігієнічні вимоги до середовища та харчування, доступність медичної допомоги, наявність пральної машини, сушарки, ігрового куточка у приміщенні, можливості залишити дитину під наглядом.
Діти шкільного віку	Облаштування території спортивними майданчиками, басейнами, розважально-пізнавальні програми та екскурсії, спортивні змагання, підвищені санітарно-гігієнічні вимоги до середовища харчування, доступність медичної допомоги, наявність тварин в господарстві та безпечний контакт з ними, кімната для ігор з набором ігор та іграшок, наявність спортивно-ігрового знаряддя, можливість контакту з іншими дітьми.

Молодь 18-25 років	облаштування території спортивними майданчиками, прокат спортивного спорядження, наявність спеціальних зон відпочинку та дозвілля
Економічно активні споживачі 25-45 років	облаштування території спортивними майданчиками, прокат спортивного спорядження, розважально-пізнавальні екскурсії та програми, наявність спеціальних місць для приготування їжі просто неба
Економічно активні споживачі 45-60 років	розважально-пізнавальні екскурсії та програми, наявність спеціальних місць для приготування їжі просто неба
Туристи пенсійного віку	забезпечення тиші та спокою, культурно-мистецькі програми, підвищені вимоги до комфорту та харчування, доступність медичної допомоги, затишні місця відпочинку, зручні меблі, зручні та безпечні сходи, готовність господарів слухати

Значний вплив на можливість вибору і здійснення подорожі споживачем має його рівень доходу, тому для вибору перспективного сегменту ринку необхідно враховувати, в першу чергу, фінансові можливості туристів.

На перший погляд може скластися враження, що відпочинок в сільській місцевості — це для людей з невисокими статками, які фінансово неспроможні відпочивати в більш престижних, комфортних та коштовних місцях. Дійсно, цінові пропозиції на туристичні послуги більшості господарств України значно нижчі, ніж пропозиції вітчизняних готелів, пансіонатів, будинків відпочинку та турбаз. Але сьогодні можна стверджувати, що сільський туризм може і повинен більше орієнтуватися на людей з середнім достатком. Зважаючи на необхідність дитячого оздоровлення та тривалість шкільних канікул сільський відпочинок при достатньому рівні його комфорту можуть обрати міські родини з дітьми, враховуючи, що вартість місячного відпочинку на селі всією родиною може коштувати дешевше, ніж тиждень на курорті такої відносно недорогої країни, як Туреччина. Ряд сільських садиб в курортних місцях біля гірськолижних та бальнеологічних центрів вже сьогодні на «високому» сезоні можуть виставляти ціни вищі, ніж, скажімо, більшість готелів в обласних центрах.

Соціальна група	Вимоги
Люди з обмеженими можливостями	облаштування будинків та інших споруд широкими дверима, переходами, воротами, алеями; відповідно обладнані ванни (ручки, спеціальний душ); відсутність гострих країв та кантів; вільний доступ до вікон зі зниженими підвіконнями; меблі відповідної висоти; медична допомога на невеликій відстані; кухня для самостійного приготування їжі людьми з обмеженими можливостями або їх опікунами; протиковзкі покриття, під'їзні доріжки та підлоги; наявність транспорту, ліфту.
Екологічно спрямовані туристи	сертифікат екологічного господарства на видному місці; інформація про специфіку господарства, роздільний збір сміття у господарстві; використання засобів для біоочищення нечистот у вигрібних ямах і відстійниках; вирішені питання щодо поводження зі стічними водами і твердими побутовими відходами; прибудинкова станція очистки стічних вод; інформація про аналіз води, компостна яма, екологічний вид опалення; більшість страв приготовлені з власних продуктів господарства; прямий продаж екологічних продуктів.

Рибалки	інформація про території для рибальства; прокат основного рибальського спорядження; елементи дизайну, пов'язані з рибальством; відокремлене місце для чищення риби, рибкооптильня; доступна кухня або кухонний куток для приготування страв з риби; приготування регіональних страв з риби; приспосовування часу харчування до побажань рибалок.
Мисливці	інформація про розташування мисливського товариства і про наявну дичину; виділене місце для зберігання зброї; окреме приміщення для мисливського одягу; елементи дизайну, пов'язані з мисливством; подавання страв з дичини; приспосовування часу харчування до побажань мисливців; підготовка продовольчих пакетів на полювання.
Туристи, які займаються (хочуть займатися) верховою їздою	наявність у господарстві людей з інструкторськими правами; навчання їзди верхи для дорослих і дітей; організація кінних походів, таборів верхової їзди, відпочинку в сідлі; елементи дизайну, пов'язані з кінним спортом; можливість прокату одягу для верхової їзди; участь туристів у догляді за кіньми; іпотерапія (спеціальні дозволи); окреме страхування гостей від нещасного випадку; приміщення для зберігання сідел та іншого реманенту.
Прихильники народної медицини	визначення мінімального часу перебування; підготовка дієт залежно від виду недуги; програма рухових вправ; освітня програма, яка базується на визначних авторитетах; можливість купівлі трав'яних засобів; інформаційні матеріали на тему народної медицини; організація збирання трав, які ростуть в околицях
Самотні люди	організація зустрічей з психологом; інтеграційні заходи (вечори знайомств, вогнища); територія для інтеграційних спортивних ігор, спільні екскурсії; переважно одномісні кімнати; місця інтеграційних зустрічей (бар, кафе, кімната відпочинку).

Крім того, все більшу популярність завойовує корпоративний та бізнес-туризм, зокрема, в рамках професійних семінарів, зборів акціонерів та партнерів, ділового спілкування тощо.

У зв'язку із тим, ще однією з основних вимог такого виду туризму є його закритість від стороннього втручання, агрогосподарство може створити на своїй базі всі необхідні умови для проведення ділових заходів та відпочинку: обладнання конференц-залу необхідною апаратурою та меблями, організація кавових пауз та харчування, доступ до Інтернету, організація екскурсій та інших розваг. Витрати на створення таких послуг для бізнес-відпочинку будуть достатньо значними, але і їх вартість уде набагато вище, ніж стандартних.

Оцінка конкурентного середовища. В більшості регіонів України, коли розвиток сільського туризму стоїть на початковому рівні, говорити про конкурентне середовище серед суб'єктів самого сільського туризму ще зарано. Питання оцінки конкурентного середовища сьогодні більш доцільно розглядати на загальному ринку туристичних послуг, і тут садиби вимушені вступати в конкурентну боротьбу з іншими суб'єктами туристичної діяльності

(готелями, будинками відпочинку, закладами громадського харчування, об'єктами музейного туризму та іншими), які надають аналогічні або подібні послуги туристам.

На силу конкурентної боротьби у сфері туризму впливає безліч чинників. Проте деякі з них повторюються частіше за інші.

Розглянемо найбільш важливі.

1. Боротьба посилюється, коли число конкуруючих суб'єктів збільшується, і, коли вони відносно різні за розмірами і можливостями. Кількість суб'єктів — важливий чинник, оскільки більше число підприємств підвищує вірогідність нових стратегічних ініціатив. При цьому зменшується вплив окремих суб'єктів на всіх інших.

2. Конкуренція на туристичному ринку посилюється у зв'язку з тим, що попит на туристичні послуги схильний до значних сезонних коливань. Тому виробники туристичних послуг часто удаються до використання знижок, поступок і інших тактичних дій, що мають на меті збільшення продажів.

3. Конкурентна боротьба посилюється, якщо туристичні продукти різних суб'єктів недостатньо диференційовані. Диференціація туристичного продукту сама по собі не є стримуючим конкуренцію чинником. Проте, вона має можливість пожвавити (урізноманітнити) конкурентну боротьбу, змусивши суб'єктів до пошуку нових шляхів підвищення якості туристичних послуг.

4. Суперництво зростає відповідно до розміру віддачі від успішних стратегічних маневрів. Чим більше віддача від стратегії, тим вище вірогідність того, що інші суб'єкти будуть схильні приймати той же стратегічний маневр. Віддача істотно за власного агротуристичного бізнесу лежить від швидкості реакції конкурентів. Якщо очікується, що конкуренти реагуватимуть поволі або не реагуватимуть зовсім, суб'єкт-ініціатор нових конкурентних стратегій може отримати перевагу в часі, який важковизначуваний для суперників.

5. Конкуренція приймає гострий і непередбачуваний характер при збільшенні відмінностей між суб'єктами в сенсі їх стратегій, кадрового складу, загальних пріоритетів, ресурсів.

Подібні відмінності збільшують вірогідність того, що окремі суб'єкти поводитимуться непередбачувано і приймуть маркетингові стратегії, які приведуть до ринкових невизначеностей.

Наявність таких «чужаків» (звичайно це нові гравці на ринку) створює часом абсолютно нову ринкову ситуацію.

Розглянуті чинники і їх реальний прояв переконливо свідчать, що конкурентне середовище суб'єкта туристичної діяльності, яке є частиною його маркетингового середовища, повинно бути предметом самостійного вивчення і оцінки. Сукупність суб'єктів ринку і їх відносин, що складаються в ході конкурентної боротьби і визначають інтенсивність конкуренції, є дуже важливий з практичної точки зору напрям маркетингових досліджень.

Аналіз конкурентів і конкретні дії щодо головних суперників часто приносять навіть більше користі, чим істотне реальне зростання на даному сегменті ринку. Знаючи сильні і слабкі сторони конкурентів, можна оцінити їх потенціал, цілі, справжню і майбутню стратегії. Це дозволить стратегічно то-

чно зорієнтуватися на те, де конкурент слабший. Таким чином, суб'єкт туристичної діяльності може розширити власні переваги в конкурентній боротьбі.

Система маркетингових досліджень конкурентів дає суб'єкту туристичної діяльності можливість:

- повніше оцінити перспективи ринкового успіху, знаючи про діяльність конкурентів;

- легко визначати пріоритети;

- швидше реагувати на дії конкурентів;

- підвищувати конкурентоспроможність і ефективність власного бізнесу в цілому;

- забезпечувати інформацією про конкурентів співробітників підприємства і тим самим мотивувати їхню діяльність;

- удосконалювати систему навчання і підвищення кваліфікації персоналу;

- краще захищати і розширювати власні позиції на ринку.

Оцінка стану конкурентної боротьби ускладнюється тим, що надзвичайно важко проводити аналіз діяльності всіх конкурентів, що працюють на ринку.

Першим етапом аналізу конкурентного середовища є оцінка характеристики ринку, на якому працює або планує діяти суб'єкт сільського туризму. Далі слід вивчити, хто є реальним або потенційним конкурентом. Конкурент — важливий елемент інфраструктури системи маркетингу, що робить вплив на маркетингову стратегію, яку обирає агрогосподарство щодо своїх послуг, постачальників, посередників, покупців (туристів).

Конкурентоспроможність — поняття комплексне, таке, що пропонує декілька рівнів конкурентної переваги. Щоб забезпечити гідне положення господарства на ринку туристичних послуг, важливим стратегічним завданням стає випередження конкурентів в розробці і освоєнні нових послуг, нового креативного їхнього наповнення, нових цін, нововведень в системі просування на ринку. Тим самим досягається відразу декілька параметрів конкурентної переваги.

Дослідження позицій конкурентів охоплює широкий спектр питань і вимагає залучення значного об'єму інформації. Вона може бути отримана з різних джерел: загальноекономічних, галузевих, рекламних проспектів, буклетів, каталогів. Замовлення професійного збору та аналізу інформації, її інтерпретація у профільних фірм або спеціалістів дозволяє підприємцю отримати обґрунтовані оцінки по кожному чиннику конкуренції і характеристику загального положення його господарства на ринку по відношенню до основних конкурентів. Але ця послуг вимагає від власника і додаткових, іноді, значних фінансових витрат.

Неспроможність на початковому етапі оплатити більш-менш серйозні маркетингові дослідження у професіоналів, не позбавляє власника об'єкту сільського туризму необхідності зробити хоча б початковий аналіз конкурентного середовища самотужки.

Проведення аналізу конкурентів пов'язане з систематичним накопиченням інформації. Всю використовувану в аналізі інформацію можна підрозділити на дві групи: 1) кількісна інформація; 2) якісна інформація.

Кількісна інформація про діяльність конкурентів:

- чисельність персоналу;
- активи;
- доступ до фінансових та інших ресурсів;
- об'єми продажів;
- частка ринку;
- рентабельність;
- перелік основних видів послуг;
- інші кількісні дані (наприклад, вартість послуг, витрати на рекламу і т.д.).

Кількісна інформація є об'єктивною і відображає фактичні дані про діяльність конкурентів.

Якісна інформація про діяльність конкурентів:

- репутація конкурентів;
- популярність, престиж;
- досвід керівництва і співробітників;
- пріоритети на ринку;
- робота в частині запровадження на ринок нових послуг;
- цінова стратегія;
- збутова стратегія;
- комунікаційна стратегія;
- організація маркетингу;
- рівень обслуговування клієнтів;
- прихильність клієнтів;
- реакція конкурентів на зміну ринкової ситуації.

Якісна інформація є частиною суб'єктивних оцінок, оскільки включає неформальні параметри.

Результати аналізу показують:

- де сильні і слабкі місця конкурентів;
- чому віддають перевагу конкуренти;
- як швидко можна чекати реакцію конкурентів;
- які існують бар'єри для виходу на ринок;
- які перспективи вистояти в конкурентній боротьбі.

Щоб створити конкурентоздатний туристичний бізнес, треба не просто модернізувати та вдосконалити виробництво і управління, але й чітко знати, для чого це робиться, яка мета повинна бути досягнута. Причому головним повинно бути вміння визначити, а потім швидко і ефективно використовувати в конкурентній боротьбі свої переваги. Всі зусилля у виробництві і управлінні повинні бути направлені на розвиток тих якостей об'єкту сільського туризму або послуг, що ним надаються, які вигідно відрізняють його від потенційних або реальних конкурентів.

КРОК 5. РОЗРОБКА ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ

Ціна — єдиний елемент маркетингу, який приносить дохід. Всі інші представляють витрати. Простіше кажучи, ціна — це кількість грошей, що

сплачуються за товар або послугу. Або, ширше, ціна — це сума цінностей, яку споживач обмінює (відає) у вигляді винагороди за можливість володіти або користуватися продуктом або послугою.

Той, хто ставить зависоку ціну, втрачає потенційних клієнтів.

Той, хто бере дуже мало, може залишитися без достатнього доходу, щоб належним чином здійснювати свій бізнес. Обладнання зношується, килими витираються, брудняться, а забарвлені поверхні тьмяніють. Підприємство, яке не заробляє достатньо доходу, щоб належним чином здійснювати свою діяльність, зрештою повинно покинути бізнес.

Перед встановленням ціни підприємець повинен вибрати стратегію розвитку продукту. Якщо він обрав цільовий ринок і позиціонував на ньому своє господарство належним чином, стратегія маркетингу такого підприємства, включаючи ціну, буде точнішою. Наприклад, можна позиціонувати господарство як таке, що надає висококласні послуги і встановити плату за проживання і харчування вищу, ніж у більшості агротуристичних господарств, а можна облаштувати скромні помешкання із місцями для самостійного приготування їжі, пропонуючи кімнати для схильних до економії мандрівників. Така ринкова позиція вимагає низьких цін. Отже, вказані рішення щодо положення господарства і послуг, які воно надає туристам, на ринку мають основний вплив на рівень цін.

Врешті-решт саме споживач вирішує, чи правильна ціна товару. При встановленні цін господар повинен брати до уваги сприйняття ціни споживачами, а також шляхи, по яких це сприйняття призводить до їх рішення про покупку. Рішення про ціни, подібно до інших рішень в маркетингу, повинні бути орієнтовані на покупця.

Саме господарство не може бачити цінність свого товару, воно може тільки встановлювати ціну. Ринкова цінність визначається клієнтами (покупцями) і здатністю цього господарства продавати свій товар (послуги) на ринку. Навіть за часів спаду споживачі не обов'язково роблять вибір на користь найдешевших товарів і послуг, а вимагають за свої гроші хороший товар, і мають рацію в цьому. Якщо ви пропонуєте низькоякісний і дешевий продукт, то ви втрачаєте дорогоцінні грошові надходження.

Ціноутворення вимагає більше, ніж просто технічної експертизи. Воно вимагає творчих думок і розуміння бажань і мотивацій покупців. Ефективне ціноутворення відкриває хороші можливості. Потрібно творчо розуміти цільовий ринок, знати, чому клієнти купують і як вони ухвалюють рішення про покупку. Визнання того, що покупці розрізняються за цими показниками, дуже важливо для системи ціноутворення, оскільки воно необхідне для ефективного просування продукту, його розподілу і товарної політики.

Коли споживачі купують товар, вони обмінюють свої гроші на іншу цінність (вигоди і користь від його наявності або використання). Ефективна, орієнтована на покупця система ціноутворення дає споживачеві цінності товару і розуміння тих вигод, які він отримує від нього. Такі вигоди включають і фактичні вигоди товару і вигоди від його сприйняття. Наприклад, коли споживач купує страви у висококласному ресторані, то легко обчислити цінність їх

компонентів. Але дуже важко виміряти цінність, яку клієнти нададуть цьому товару. Деякі відвідувачі особливо цінують обслуговування, а інші велике значення надають майстерності кухаря. Треті — можуть в першу чергу оцінювати престиж ресторану і його атмосферу. Якщо клієнти відчувають, що ціна вища, ніж цінність товару, вони не купуватимуть його.

Орієнтована на покущя система ціноутворення означає, що не можна спочатку розробити програму маркетингу, а потім встановлювати ціну. Хороша система ціноутворення починається з аналізу потреб споживача і його цінового сприйняття. Перш ніж визначити рівень цін, необхідно розглянути різні варіанти інших компонентів маркетингу.

Механізм ціноутворення.

Вартість стандартного пакету послуг кімнати (гостьового будинку) в агротуристичному господарстві залежить від наступних чинників:

Місце розташування. Найбільшим попитом характеризуються гостьові будинки, розташовані в центрі населених пунктів поблизу транспортних вузлів (залізничних станцій, вокзалів, автобусних зупинок). Крім того, близьке розташування до центрів торгівлі, місць масових спортивних і культурно-розважальних заходів також підвищує вартість проживання в гостьових будинках.

Якість послуг, що надаються. Чим більш якісним є облаштування гостьового будинку та чим більше воно відповідає нормативним архітектурно-планувальним і санітарно-гігієнічним вимогам, тим вартість пакету послуг гостьового будинку буде вища.

Кваліфікація персоналу. Вартість послуг гостьового будинку, які надаються підготовленим і досвідченим персоналом, зазвичай вища. Персонал гостьового будинку повинен приділяти особливу увагу якісному обслуговуванню гостей. Чим краще персонал розуміє потреби і бажання клієнта, тим більше задоволення від поїздки і перебування в даному гостьовому будинку отримує клієнт, і, отже, більше грошей він може витратити на оплату наданих послуг.

Сезонність відвідувань. Привабливі туристичні райони відрізняються сезонністю відвідувань туристів. Наприклад, в агротуристичних господарствах, розташованих біля моря, найвищий пік перебування туристів доводиться на літній період. У свою чергу, взимку і в міжсезонні ціни на проживання знижуються.

Тому, взимку і весною деякі господарства туристичної індустрії прагнуть урівноважити попит шляхом введення гнучкої системи тарифів для підтримки хоч би мінімального числа обслуговуваних туристів.

В господарствах, що обслуговують туристів, наприклад, в Карпатах, є два піки — зимовий (лижний) і літній. В міжсезоння ціни у цих господарства також значно знижуються.

Необхідно пам'ятати, що ціна на послуги при розміщенні гостей в агротуристичному господарстві повинна включати:

- вартість сировини (продуктів для приготування їжі, миючих засобів і ін.), поточних витрат на виробництво (витрати на житлово-комунальні по-

слуги, пальне тощо), реалізацію і просування послуг, оплату праці персоналу, прибуток;

- податки та обов'язкові платежі.

Принципи визначення ціни на послуги туризму:

- ціна повинна відшкодувати власникові будинку витрати і забезпечити такий розмір прибутку, який дозволить йому працювати за принципом самофінансування;

- ціна повинна відповідати попиту на дані послуги, який багато в чому визначається сезонністю;

- ціна повинна бути гнучкою.

Таким чином, ціна, яку визначає господарство за свої послуги, буде десь між рівнем, який дуже низький, щоб давати прибуток, і рівнем, який дуже високий, щоб підтримати який-небудь попит. Витрати на виробництво самих послуг встановлюють нижню межу ціни; сприйняття споживачем цінності продукту визначає її верхню межу. Щоб визначити оптимальну ціну між цими двома крайніми точками, необхідно вивчити ціни конкурентів та інші зовнішні і внутрішні чинники ціноутворення.

Коли суб'єкти туристичної діяльності встановлюють ціни, вони обирають основний підхід, що включає ту чи іншу кількість чинників. Розглянемо наступні підходи: заснований на витратах (ціноутворення «витрачання плюс», аналіз беззбиткової і ціноутворення по цільовому прибутку); на відношенні покупця (ціноутворення по сприйнятій цінності) і заснований на конкуренції (метод проходження за лідером).

Ціноутворення, засноване на витратах — це найпростіший метод ціноутворення — «витрати плюс», що означає збільшення стандартної надбавки до витрат на продукт. Наприклад, витрати на приготування стандартного обіду на одну особу складають 20 грн, а туристу цей обід продається зі 100%-ою надбавкою за ціною 40 грн. При вартості витрат на приготування святкового обіду 50 грн. на тих же умовах цей обід можна продавати за 100 грн.

Аналіз беззбитковості і ціноутворення по цільовому прибутку Інший орієнтований на витрати підхід до визначення рівня ціни — аналіз беззбитковості, коли суб'єкт туристичної діяльності прагне визначити ціну, при якій буде досягнуто баланс доходів і витрат. Таке ціноутворення, націлене на отримання певного рівня доходу на вкладені інвестиції.

Ціноутворення, засноване на ставленні покупців до ціни. Число суб'єктів туристичного бізнесу, в яких система ціноутворення базується на сприйнятті покупцями цінності послуги, постійно росте. Ціноутворення по сприйняттю цінності послуги споживачами використовує як ключову основу визначення рівня ціни не витрати продавця, а сприйняття ціни покупцем. Господарство використовує в маркетингу інші, окрім ціни, складові, щоб будувати сприйняття цінності товарів у покупців, і регулює ціни так, щоб вони відповідали цьому сприйняттю.

Ціноутворення, засноване на конкуренції. Цінова стратегія проходження за цінами конкурентів приділяє мало уваги витратам і попиту. В цьому випадку господарство може призначити ціну таку ж, більше або меншу за ціну основних конкурентів. Деякі господарства можуть оцінювати свої послуги

трохи вище або нижче, ніж основні конкуренти, але постійно зберігають від них невелику дистанцію. Коли важко визначити еластичність ринку, цінова політика проходження за поточними цінами відображає колективну мудрість конкурентів галузі щодо ціни, яка все ж таки приносить нормальний дохід на інвестиції. Крім того, дотримання поточної ціни, яка встановлена конкурентами, позбавить господарство небезпеки цінової війни.

Вибір стратегії ціноутворення.

1) Стратегія визначення цін на нові товари. Цінові стратегії зазвичай міняються залежно від того, як товар (послуга) проходить свій життєвий цикл. Особливо складна стадія впровадження товару на ринок, яка включає різноманітні цінові варіації. Існує декілька методик визначення цін на нові товари: стратегія престижних цін, стратегія «зняття вершків», стратегія прориву на ринок.

Стратегія престижних цін. Господарства, які готові досягти рівня позиціонування на ринку як люксові і висококласні, виходять на нього з високою ціною, яка підтримує цю позицію. Вони можуть призначати високу ціну для залучення певної клієнтури і створення іміджу ексклюзивності.

Стратегія «зняття вершків». Цінове «зняття вершків» — це встановлення високої ціни в умовах, коли ринок нечутливий до рівня цін і їх зміни. Цінове «зняття вершків» може мати сенс, коли пониження ціни приводить до меншого об'єму доходу. Наприклад, власник єдиного у передмісті приватного господарства, яке надає послуги катання верхи на конях, може встановлювати високі ціни, якщо є великий попит на цю послугу, наприклад, у городян в вихідні дні. Цінове «зняття вершків» може стати ефективною короткостроковою політикою. Проте є одна небезпека:

конкуренти зрозуміють, що спроможні споживачі можуть платити хороші гроші, і тоді вони теж виходять на привабливий ринок, збільшуючи пропозицію і, врешті-решт, знижуючи ціни на таку послугу. У туристичному бізнесі через відносну легкість виходу конкурентів на ринок таку цінову стратегію майже неможливо здійснювати тривалий періоду часу.

Стратегія «прориву на ринок». Замість того, щоб відразу встановлювати високу ціну, проходячи попри дрібні, але вигідні ринкові сегменти, деякі суб'єкти бізнесу, навпаки, встановлюють на початковому етапі низьку стартову ціну, проникаючи на ринок швидко і глибоко, привертаючи багато покупців і завойовуючи велику ринкову частку.

Але необхідно враховувати декілька умов для встановлення низьких цін:

- ринок повинен бути настільки високочутливим до ціни, щоб низька ціна провела більше ринкове зростання;
- повинні також бути умови для економії, які при підвищенні об'єму продажів зменшують витрати;
- низька ціна повинна допомагати бути поза конкуренцією.

2) Стратегія визначення ціни на комплект послуг. Продаві, що використовують систему визначення цін на комплект виробів (послуг), об'єднують декілька послуг і пропонують набір за зниженою ціною. Така система ціноутворення стимулює продаж товарів і послуг споживачам, але в той же час

сумарна ціна повинна бути достатньо низкою, щоб переконати їх купити весь пакет послуг. В ідеалі, супутні послуги разом з основним видом обслуговування додають більшу цінність комплекту в очах покупця, ніж коштують його складові, кожна окремо. Наприклад комплект послуг «Уікенд» може включати в собі дві доби перебування та харчування в господарстві, а також безкоштовне надання в користування спортивного зняряддя та майстер-клас для дітей. Прокат зняряддя та майстер-клас гратимуть роль приманки для туристів. Крім того, вартість проживання і харчування також може бути знижена.

3) Стратегії цінового регулювання. Суб'єкти туристичного бізнесу, зазвичай, пристосовують основні ціни до різних категорій клієнтів і змінних ситуацій. Розглянемо деякі з стратегій цінового регулювання.

Знижки за об'єм. Господарство може встановити спеціальні розцінки для залучення клієнтів, які можуть купити більшу кількість кімнат на певний період або упродовж року. Крім того, доцільно встановлювати знижки для організаторів різних зустрічей, конференцій або семінарів у разі розміщення організованої групи клієнтів або надавати їм безкоштовні послуги. Припустимо, що в нараді, що проводиться певною організацією, беруть участь люди, які оплачують свої кімнати самі. Організація вважатиме за краще отримати безкоштовну кімнату, чим зниження ціни на кожну кімнату для учасників наради. Безкоштовна кімната може бути використана для своїх співробітників або запрошених доповідачів, тим самим скорочуються загальні витрати цієї організації.

Знижки залежно від часу покупки. Сезонна знижка — зниження ціни для покупців, що набувають послуг не в сезон, тобто, коли попит на них найбільш низький. Сезонні знижки дозволяють господарству тримати попит стійким цілий рік.

Для того, щоб обрати оптимальну стратегію ціноутворення, необхідно відштовхуватися від актуальної маркетингової мети суб'єкту туристичного бізнесу.

Отже, якщо актуальною метою господарства є виживання, то логічним буде встановлення низьких цін, що перевищують лише змінні витрати і частину постійних витрат для того, щоб просто залишитися в бізнесі. Якщо господарство націлено на максимізацію короткострокового прибутку, то встановлюються ціни, здатні найефективніше збільшити максимальний короткостроковий прибуток. Якщо основна мета підприємства — завоювання максимальної частки ринку, то рекомендується встановлення низьких цін. А, якщо вибрана стратегія лідирування за якістю продукції, то ціни, цілком природно, будуть високі, щоб покрити значні витрати на виробництво якісної продукції і витрати на її просування на ринку.

Взагалі, ціноутворення лише тоді буде грамотним, коли стане результатом компромісу трьох підходів — фінансового (наскільки високими повинні бути ціни, щоб покрити всі витрати виробництва), маркетингового (наскільки низькими повинні бути ціни, щоб виконати план по продажах) і економічного (оптимальна ціна повинна враховувати поєднання ціни і пропозиції).

Позаяк, умови діяльності туристичного господарства на ринку мінливі, цінова стратегія теж повинна мати певну гнучкість.

Вибір стратегії ціноутворення — це не просто визначення відповідної ціни продукту, це розстановка пріоритетів всього бізнесу. І, у випадку, якщо вона вибрана вдало, дозволяє не тільки отримати додатковий прибуток, але і «укріпити» бренд, що у свою чергу приведе до підвищення ціни господарства в цілому.

КРОК 6. ВИБІР ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВОЇ ФОРМИ ЗДІЙСНЕННЯ АГРОТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В загальному розумінні відповідно до ст. 3 Господарського кодексу України господарською діяльністю є діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність. Господарська діяльність, що здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів та з метою одержання прибутку, є підприємництвом, а суб'єкти підприємництва — підприємцями. Господарська діяльність може здійснюватись і без мети одержання прибутку (некомерційна господарська діяльність). Закон України «Про туризм» (ст. 5) визначає коло суб'єктів туристичної діяльності:

- туристичні оператори — юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і, які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність;

- туристичні агенти — юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг;

- інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг;

- гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу — фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом і, які в установленому порядку отримали дозвіл на право здійснення туристичного супроводу, крім осіб, які працюють на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи, які обслуговують об'єкти відвідування;

- фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо.

Таким чином, законодавство України не передбачає будь-яких суттєвих обмежень щодо кола суб'єктів, які можуть при виконанні певних встановлених законодавством вимог займатися туристичною, в тому числі агротуристичною діяльністю.

Але, плануючи бізнес у сфері сільського туризму (агротуризму), необхідно дуже ретельно підійти до вирішення питання про вибір організаційно-правової форми здійснення господарської діяльності, бо від цього вибору залежить і перелік туристичних та супутніх послуг, і правовий режим майна, яке використовується в цій діяльності, і правові наслідки недодержання тих чи інших вимог, що встановлені на законодавчому рівні для різних форм господарювання.

Всі форми господарювання, які можна обрати при започаткуванні діяльності в сфері сільського туризму, в залежності від того, чи є отримання прибутку основною метою цієї діяльності, можна поділити на непідприємницькі та підприємницькі.

I. Непідприємницькі форми агротуристичної діяльності.

1) *Фізична особа*. Якщо особа має намір здавати в оренду туристам належні їй на праві власності будинки або його частину, квартиру або кімнату, така діяльність не вважається підприємницькою при умові, що об'єкт оренди відноситься до індивідуальних засобів розміщення. Згідно з нормами Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), який затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 15 березня 2006 р. N 297, фізичні особи — власники або орендарі індивідуальних засобів розміщення (кількістю місць до 9 включно) власного агротуристичного бізнесу надають послуги з тимчасового розміщення (проживання) без державної реєстрації їх як суб'єктів підприємницької діяльності.

Законодавство не передбачає також і інших видів реєстрації осіб, які здають за плату належне їм нерухоме майно, в тому числі і те, що знаходиться у сільській місцевості. При цьому господарі можуть постійно проживати у місті, навідуючись іноді до садиби або зовсім передати управління садибою іншій особі, в тому числі і право отримання орендної плати.

2) *Особисте селянське господарство (ОСГ)*. Порядок створення та діяльності ОСГ регулюється Законом України «Про особисте селянське господарство». Відповідно до цього Закону ОСГ — це господарська діяльність, яка проводиться без створення юридичної особи фізичною особою індивідуально або особами, які перебувають у сімейних чи родинних відносинах і спільно проживають, з метою задоволення особистих потреб шляхом виробництва, переробки і споживання сільськогосподарської продукції, реалізації її надлишків та надання послуг з використання майна особистого селянського господарства, у тому числі й у сфері сільського зеленого туризму. Діяльність, пов'язана з веденням особистого селянського господарства, не відноситься до підприємницької діяльності.

Облік особистих селянських господарств здійснюють сільські, селищні, міські ради за місцем розташування земельної ділянки в порядку, визначеному центральним органом виконавчої влади з питань статистики.

Для ведення особистого селянського господарства використовують земельні ділянки, передані фізичним особам у власність або оренду в порядку, встановленому законом. Крім того, члени ОСГ для ведення господарської діяльності можуть використовувати житлові будинки, господарські будівлі та

споруди, сільськогосподарську техніку, інвентар та обладнання, транспортні засоби, сільськогосподарських та свійських тварин і птицю, бджолосім'ї, багаторічні насадження, вироблену сільськогосподарську продукцію, продукти її переробки тощо.

3) *Некомерційне підприємство* відповідно до ст. 62 Господарського кодексу України створюється для некомерційної господарської діяльності та є за своїм статусом юридичною особою, діє на основі статуту, має відокремлене майно, самостійний баланс, рахунки в установах банків, печатку із своїм найменуванням та ідентифікаційним кодом. Одним з прикладів некомерційного підприємства є соціальне підприємство, яке створюється з метою вирішення тієї чи іншої соціальної мети, а частину прибутку використовує на вирішення завдань, пов'язаних з цією метою.

II. Підприємницькі форми агротуристичної діяльності.

В Україні право на не заборонену законом підприємницьку діяльність (а підприємницька діяльність є різновидом діяльності господарської) є конституційним правом людини і громадянина (ст. 42 Конституції України). Особа або ж особи, що мають намір здійснювати господарську діяльність, мають право обрати будь-яку організаційно-правову форму юридичної особи або ж працювати як фізична особа-підприємець.

1) *Фізична особа — підприємець*. Відповідно до ст. 128 Господарського кодексу України громадянин визнається суб'єктом господарювання у разі здійснення ним підприємницької діяльності за умови державної реєстрації його як підприємця без статусу юридичної особи. Громадянин-підприємець відповідає за своїми зобов'язаннями усім своїм майном, на яке відповідно до закону може бути звернено стягнення, а також може бути визнаний судом банкрутом відповідно до вимог цього Кодексу та інших законів. Громадянин може здійснювати підприємницьку діяльність із залученням або без залучення найманої праці, самостійно або спільно з іншими особами.

2) *Приватне підприємство* в умовах розвалу планової економіки стало актуальною формою виживання для мільйонів громадян України та їхніх сімей і сьогодні є однією з найпопулярніших та найпоширеніших форм господарювання в Україні.

Приватним підприємством відповідно до ст. 113 Цивільного кодексу України визнається підприємство, що діє на основі приватної власності одного або кількох громадян, іноземців, осіб без громадянства та його (їхньої) праці чи з використанням найманої праці. Приватним є також підприємство, що діє на основі приватної власності суб'єкта господарювання — юридичної особи. Установчими документами приватного підприємства є рішення про його утворення або засновницький договір, а також статут (положення) підприємства.

Засновник приватного підприємства має низку майнових і немайнових прав: володіти корпоративним правом, засновник приватного підприємства закріплює за підприємством певне майно, що знайде своє відображення в статуті підприємства.

Для приватного підприємства не встановлено вимог щодо мінімального розміру статутного фонду та порядку його формування, тому засновник має

право визначити його на власний розсуд. Приватне підприємство, на відміну від приватного підприємця — фізичної особи, відповідає по своїх зобов'язаннях тільки тим майном, яке знаходиться у власності підприємства.

Приватне підприємство також зручне тим, що порядок створення такого виду суб'єктів господарювання більш простий, ніж порядок створення, наприклад, господарського товариства.

Воно, на відміну від господарського товариства, захищено від недружнього поглинання, корпоративного шантажу, «корпоративних війн» та зловживання правом з боку учасників.

3) *Фермерське господарство* відповідно до ст. 114 Господарського кодексу України є формою підприємництва громадян з метою виробництва, переробки та реалізації товарної сільськогосподарської продукції. Членами фермерського господарства не можуть бути особи, які працюють у ньому за трудовим договором (контрактом, угодою). Відносини, пов'язані із створенням та діяльністю фермерських господарств, регулюються цим Кодексом, а також Законом України «Про фермерське господарство» та іншими законами.

Фермерське господарство може бути створене одним громадянином України або кількома громадянами України, які є родичами або членами сім'ї, відповідно до закону. Фермерське господарство має своє найменування, печатку і штамп, діє на основі Статуту. У Статуті зазначаються найменування господарства, його місцезнаходження, адреса, предмет і мета діяльності, порядок формування майна (складеного капіталу), органи управління, порядок прийняття ними рішень, порядок вступу до господарства та виходу з нього та інші положення, що не суперечать законодавству України.

4) *Кооператив* є добровільним об'єднанням громадян з метою спільного вирішення ними економічних, соціально-побутових та інших питань, може створюватися у різних галузях (виробничі, споживчі, житлові тощо). Діяльність різних видів кооперативів регулюється главою 10 Господарського кодексу України, а також Законом України «Про кооперацію».

Кооперативи поділяються на:

- *виробничий кооператив* — кооператив, який утворюється шляхом об'єднання фізичних осіб для спільної виробничої або іншої господарської діяльності на засадах їх обов'язкової трудової участі з метою одержання прибутку;

- *обслуговуючий кооператив* — кооператив, який утворюється шляхом об'єднання фізичних та/або юридичних осіб для надання послуг переважно членам кооперативу, а також іншим особам з метою провадження їх господарської діяльності. Обслуговуючі кооперативи надають послуги іншим особам в обсягах, що не перевищують 20 відсотків загального обороту кооперативу;

- *споживчий кооператив* (споживче товариство) — кооператив, який утворюється шляхом об'єднання фізичних та/або юридичних осіб для організації торговельного обслуговування, заготівель сільськогосподарської продукції, сировини, виробництва продукції та надання інших послуг з метою задоволення споживчих потреб його членів.

За напрямками діяльності кооперативи можуть бути житлово-будівельними, садово-городніми, гаражними, торговельно-закупівельними, транс-

портними, освітніми, туристичними, медичними тощо. Кооператив є юридичною особою, має самостійний баланс, розрахунковий та інші рахунки в установах банків, печатку із своїм найменуванням та діє на підставі статуту.

5) *Господарським товариством* відповідно до ст. 79 Господарського кодексу України визнається підприємство або інший суб'єкт господарювання, створений юридичними особами та/ або громадянами шляхом об'єднання їх майна і участі в підприємницькій діяльності товариства з метою одержання прибутку. У деяких випадках господарське товариство може діяти у складі одного учасника. Господарські товариства є юридичними особами. Порядок створення та діяльності господарських товариств регулюється статтями 79–92 Господарського кодексу, статтями 113–162 Цивільного кодексу, законами України «Про господарські товариства», «Про акціонерні товариства» тощо.

До господарських товариств належать: акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю, повні товариства, командитні товариства.

Товариством з обмеженою відповідальністю є господарське товариство, що має статутний капітал, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами, і несе відповідальність за своїми зобов'язаннями тільки своїм майном. Учасники товариства, які повністю сплатили свої вклади, несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, у межах своїх вкладів.

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

Повним товариством є господарське товариство, всі учасники якого відповідно до укладеного між ними договору здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства і несуть додаткову солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном.

Командитним товариством є господарське товариство, в якому один або декілька учасників здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і несуть за його зобов'язаннями додаткову солідарну відповідальність усім своїм майном, на яке за законом може бути звернено стягнення (повні учасники), а інші учасники присутні в діяльності товариства лише своїми вкладками (вкладники).

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

На практиці підприємницькі товариства сьогодні найчастіше створюються у вигляді акціонерного товариства чи товариства з обмеженою відповідальністю. Що стосується таких організаційно-правових форм, як, наприклад, повне товариство та товариство з додатковою відповідальністю, у сучасних умовах, то вони використовуються лише у виключних випадках, а

саме коли законодавець прямо пов'язує можливість здійснювати підприємницьку діяльність у якійсь із вказаних організаційно-правових форм.

Необхідно зазначити, що суб'єкти господарювання, вступаючи у процесі своєї діяльності у ринкові та інші відносини, беруть на себе і певні господарські зобов'язання, які можуть виникати:

— безпосередньо із закону або іншого нормативно-правового акту, що регулює господарську діяльність;

- з акту управління господарською діяльністю;

- з господарського договору та інших угод, передбачених законом, а також з угод, не передбачених законом, але таких, як йому не суперечать;

- внаслідок заподіяння шкоди суб'єкту або суб'єктом господарювання, придбання або збереження майна суб'єкта або суб'єктом господарювання за рахунок іншої особи без достатніх на те підстав;

- у результаті створення об'єктів інтелектуальної власності та інших дій суб'єктів, а також внаслідок подій, з якими закон пов'язує настання правових наслідків у сфері господарювання.

Наприклад, організаційно-господарські зобов'язання суб'єктів власного агротуристичного бізнесу (зобов'язання однієї сторони здійснити на користь другої сторони певну управлінсько-господарську (організаційну) дію або утриматися від певної дії) можуть виникати з договору та набувати форми договору.

Суб'єкти господарювання, незалежно від статутної мети своєї діяльності, можуть брати на себе соціально-комунальні зобов'язання про господарську допомогу у вирішенні питань соціального розвитку населених пунктів їх місцезнаходження, у будівництві й утриманні соціально-культурних об'єктів та об'єктів комунального господарства і побутового обслуговування, надавати іншу господарську допомогу з метою розв'язання місцевих проблем.

Суб'єкт господарювання, який відповідно до закону та своїх установчих документів зобов'язаний здійснювати виконання робіт, надання послуг або продаж товарів (публічне зобов'язання) кожному, хто до нього звертається на законних підставах, не має права відмовити у виконанні робіт, наданні послуг, продажу товару за наявності у нього такої можливості або надавати перевагу одному споживачеві перед іншими, крім випадків, передбачених законодавством.

Завжди перед початком ведення власної справи потрібно враховувати той фактор, що суб'єкт господарювання легше зареєструвати, ніж потім припинити його діяльність.

Таким чином, з огляду на проведений аналіз таких суб'єктів господарювання, як приватне підприємство, товариство з обмеженою відповідальністю та фізична особа-підприємець можна зробити такі висновки.

1. Чинне законодавство надає власникові право використовувати майно, що належить йому, враховуючи і засоби виробництва, для здійснення самостійної підприємницької діяльності як фізичної особи або для створення суб'єкта господарювання зі статусом юридичної особи. Закріплення в законодавстві подібного права власника особливо важливе в умовах ринкової економіки.

1, якщо фізична особа-підприємець зменшує поточні витрати на адміністрування свого бізнесу, то юридична особа у будь-якій організаційно-правовій формі змушена виконувати всі вимоги щодо бухгалтерського обліку, обліку персоналу, діловодства тощо, які встановлені чинним законодавством, що, безумовно, збільшує пов'язані з цим витрати та вимагає залучення профільних фахівців (найманих спеціалістів або обслуговуючі фірми).

2. Щодо ризиків власника втрати коштів, майна або всього бізнесу (у разі звернення стягнення на майно по боргах, у зв'язку із відшкодуванням шкоди постраждалій особі або інших випадках) самими вразливими організаційними формами є, безперечно, ті форми, які не передбачають створення юридичної особи: фізичні особи, фізичні особи-підприємці, особисте селянське господарство. По своїх зобов'язаннях особи, які обрали ці форми господарювання, відповідають всім своїм майном — особистим або родинним, на яке може бути накладене стягнення. Вибір юридичної особи як форми господарювання дає змогу зменшити ризик власника на випадок невдалого вкладення капіталу та диверсифікувати ризик засновника, оскільки закон, як правило, не забороняє йому брати участь у створенні декількох суб'єктів господарювання; реалізувати принцип роздільної відповідальності засновника і устаненого їм суб'єкта господарювання.

3. Як свідчить загальна практика малого підприємництва, приватне підприємство — це найбільш оптимальна форма ведення малого бізнесу із створенням юридичної особи та кращий варіант ніж фізична особа-підприємець, оскільки ж, по-перше, приватне підприємство є юридичною особою, чий статус є більш престижним ніж статус фізичної особи-підприємця, по-друге, воно несе відповідальність тільки тим майном, яке є в його власності (передане засновником), а фізична особа-підприємець несе відповідальність усім своїм майном.

4. У зв'язку із тим, що сільський туризм в Україні має свої певні специфічні риси та не досяг у своєму розвитку того рівня, що б говорити сьогодні про нього як про достатньо серйозний бізнес, основними організаційно-правовими формами сьогодні є особисте селянське господарство та фізична особа-підприємець власного агротуристичного бізнесу. Але, враховуючи світову практику розвитку сільського туризму, можна очікувати у осяжному майбутньому появи агротуристичних підприємств, кооперативів та господарських товариств, які сконцентрують свою увагу на туристичній діяльності в сільській місцевості як вельми перспективній та високоприбутковій.

Легалізація та державна реєстрація підприємницької діяльності. Підприємство — це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку. Підприємці мають право без обмежень самостійно здійснювати будь-яку підприємницьку діяльність, яку не заборонено законом, самостійно формувати програми діяльності, вибору постачальників і споживачів продукції, що виробляється, залучення матеріально-технічних, фінансових та інших видів ресурсів, використання яких не обмежено зако-

ном, встановлювати ціни на продукцію та послуги відповідно до закону, вільно наймати працівників.

Перелік видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, а також перелік видів діяльності, підприємництво в яких забороняється, встановлюються виключно законом. Як зазначалося вище, особи, які мають намір займатися сільським туризмом, можуть надавати деякі види туристичних послуг (здавання місць тимчасового розміщення туристів, прокат транспортних засобів, спортивного інвентарю тощо), керуючись нормами цивільного законодавства, зокрема, главою 58 «Найм (оренда)» Цивільного кодексу України. Якщо ця діяльність не носить систематичного характеру або не має на меті отримання прибутку, державна реєстрація особи як суб'єкта підприємницької діяльності не потрібна. Не потрібна реєстрація і у разі здійснення агротуристичної діяльності у формі особистого селянського господарства. Але необхідно пам'ятати, що у цих випадках кількість місць в агрогосподарстві, яку можна здавати туристам, не може перевищувати 9.

Непідприємницькі форми господарювання без створення юридичної особи мають свої безумовні переваги: відсутність витрат, пов'язаних з державною реєстрацією, обов'язковим бухгалтерським обліком та звітністю, мінімізація витрат на адміністрування діяльності, більш низькі ціни і тарифи на житлово-комунальні та інші послуги. Ці форми доцільно використовувати на початкових етапах здійснення агротуристичної діяльності — доки обсяги реалізації послуг незначні або коли особа хоче випробувати себе в новому для неї виді господарської діяльності.

На певному етапі розвитку бізнесу його легалізація та державна реєстрація стає необхідною умовою. В іншому випадку такий бізнес стає нелегальним, «тіньовим».

Державна реєстрація юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців — це засвідчення факту створення або припинення юридичної особи, засвідчення факту набуття або позбавлення статусу підприємця фізичною особою, а також вчинення інших реєстраційних дій, шляхом внесення відповідних записів до Єдиного державного реєстру.

Процедура державної реєстрації сьогодні максимально спрощена, достатньо ретельно виписана в Законі України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб — підприємців» та майже не викликає питань у підприємців.

Відповідно до цього Закону порядок проведення державної реєстрації юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців включає, зокрема:

- перевірку комплектності документів, які подаються державному реєстратору, та повноти відомостей, що вказані в реєстраційній картці;
- перевірку документів, які подаються державному реєстратору, на відсутність підстав для відмови у проведенні державної реєстрації;
- внесення відомостей про юридичну особу або фізичну особу — підприємця до Єдиного державного реєстру.

Державний реєстратор на території відповідної адміністративно-територіальної одиниці проводить державну реєстрацію, резервування на-

йменувань юридичних осіб, передає органам державної статистики, державної податкової служби, Пенсійного фонду України повідомлення та відомості з реєстраційних карток про вчинення реєстраційних дій, формує, веде та забезпечує зберігання реєстраційних справ, оформляє та видає виписки, довідки з Єдиного державного реєстру, проводить державну реєстрацію змін до установчих документів юридичних осіб та державну реєстрацію зміни імені або місця проживання фізичних осіб — підприємців, проводить державну реєстрацію припинення юридичних осіб та державну реєстрацію припинення підприємницької діяльності фізичними особами — підприємцями.

Державна реєстрація фізичної особи — підприємця.

Для проведення державної реєстрації фізична особа, яка має намір стати підприємцем та має реєстраційний номер облікової картки платника податків, або уповноважена нею особа (далі — заявник) повинна подати особисто (надіслати поштовим відправленням з описом вкладення або в разі подання електронних документів подати опис, що містить відомості про надіслані електронні документи, в електронній формі) або через уповноважену особу державному реєстратору за місцем проживання такі документи:

- заповнену реєстраційну картку на проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця;
- копію документа, що засвідчує реєстрацію у Державному реєстрі фізичних осіб — платників податків;
- документ, що підтверджує внесення реєстраційного збору за проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця;
- нотаріально посвідчену письмову згоду батьків (усиновлювачів) або піклувальника, або органу опіки та піклування, якщо заявником є фізична особа, яка досягла шістнадцяти років і має бажання займатися підприємницькою діяльністю.

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

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

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

Державна реєстрація припинення підприємницької діяльності фізичної особи-підприємця проводиться у разі:

- прийняття фізичною особою-підприємцем рішення про припинення підприємницької діяльності;

- смерті фізичної особи-підприємця;
- постановлення судового рішення про оголошення фізичної особи мерлою або визнання безвісно відсутньою;
- постановлення судового рішення про визнання фізичної особи, яка є підприємцем, недієздатною або про обмеження її цивільної дієздатності;
- постановлення судового рішення про припинення підприємницької діяльності фізичної особи-підприємця (у разі визнання фізичної особи-підприємця банкрутом, провадження нею підприємницької діяльності, що заборонена законом, неподання упродовж року органам державної податкової служби податкових декларацій, документів фінансової звітності відповідно до закону, наявність в Єдиному державному реєстрі запису про відсутність фізичної особи-підприємця за зазначеним місцем проживання).

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

Державна реєстрація юридичної особи.

Для проведення державної реєстрації юридичної особи засновник (засновники) або уповноважена ними особа повинні особисто подати державному реєстратору (надіслати поштовим відправленням з описом вкладення або в разі подання електронних документів подати опис, що містить відомості про надіслані електронні документи, в електронній формі) такі документи:

- заповнену реєстраційну картку на проведення державної реєстрації юридичної особи;
- примірник оригіналу (ксерокопію, нотаріально засвідчену копію) рішення засновників або уповноваженого ними органу про створення юридичної особи у випадках, передбачених законом;
- два примірники установчих документів (у разі подання електронних документів — один примірник);
- документ, що засвідчує внесення реєстраційного збору за проведення державної реєстрації юридичної особи. У разі подання електронних документів для проведення державної реєстрації юридичної особи підтвердженням внесення плати за проведення державної реєстрації юридичної особи є примірник електронного розрахункового документу, засвідченого електронним цифровим підписом;
- інформацію з документу, що підтверджують структуру власності засновників — юридичних осіб, яка дає змогу встановити фізичних осіб — власників істотної участі цих юридичних осіб.

У разі державної реєстрації фермерського господарства крім документів, які передбачені вище, додатково подається копія Державного акту на право приватної власності засновника на землю або копія Державного акту на право постійного користування землею засновником, або нотаріально посвідчена копія договору про право користування землею засновником, зокрема на умовах оренди.

Дата внесення до Єдиного державного реєстру запису про проведення державної реєстрації юридичної особи є датою державної реєстрації юридичної особи. Строк державної реєстрації юридичної особи не повинен перевищувати три робочих дні з дати надходження документів для проведення державної реєстрації юридичної особи. Не пізніше наступного робочого дня з дати державної реєстрації юридичної особи державним реєстратором видається (надсилається поштовим відправленням) засновнику або уповноваженій ним особі один примірник оригіналу установчих документів з відміткою державного реєстратора про проведення державної реєстрації юридичної особи та виписки з Єдиного державного реєстру.

Державний реєстратор у день державної реєстрації юридичної особи зобов'язаний передати відповідним органам статистики, державної податкової служби, Пенсійного фонду України відомості з реєстраційної картки на проведення державної реєстрації юридичної особи. Підставою для взяття юридичної особи на облік в органах статистики, державної податкової служби, Пенсійного фонду України є надходження до цих органів відомостей з реєстраційної картки на проведення державної реєстрації юридичної особи.

Юридична особа припиняється в результаті передавання всього свого майна, прав та обов'язків іншим юридичним особам — правонаступникам у результаті злиття, приєднання, поділу, перетворення (реорганізації) або в результаті ліквідації за рішенням, прийнятим засновниками (учасниками) юридичної особи або уповноваженим ними органом, за судовим рішенням або за рішенням органу державної влади, прийнятим у випадках, передбачених законом.

Юридична особа є такою, що припинилася, з дати внесення до Єдиного державного реєстру запису про державну реєстрацію припинення юридичної особи. власного агротуристичного бізнесу

Відповідальність за порушення правил ведення господарської діяльності. В сфері господарської діяльності виділяють такі види юридичної відповідальності, як кримінальна, адміністративна, дисциплінарна, цивільно-правова. Розглянемо їх більш детально.

Кримінальна відповідальність є найсуворішим видом юридичної відповідальності. Вона настає тільки внаслідок скоєння злочину — суспільно небезпечного діяння, склад якого передбачений у кримінальному законі. За менш небезпечні правопорушення (проступки) кримінальна відповідальність не настає.

Поняття злочину і покарання, а також перелік злочинних діянь, заборонених кримінальним законом, і відповідних кримінальних покарань охоплюється Кримінальним кодексом України. Порядок реалізації кримінальної відповідальності дуже детально регламентований і встановлюється Кримінально-процесуальним кодексом.

До кримінальної відповідальності особа, винна у скоєнні злочину, може бути притягнена лише судом. Ніхто не може бути визнаний у скоєнні злочину, а також покараний інакше ніж за вироком суду і відповідно до закону. Кримінальні покарання є найбільш суворими і жорсткими формами державного

примусу, які впливають переважно на особистість злочинця з мето його перевиховання і попередження скоєння злочинів у майбутньому, істотно обмежуючи його правовий статус: позбавлення волі, виправні роботи, заборона обіймати певну посаду або займатись певною діяльністю, конфіскація майна тощо.

Відбуття кримінального покарання тягне настання для злочинця відповідних юридичних наслідків: протягом певного часу за ним зберігається судимість.

Наприклад, відповідно до ст. 202 Кримінального кодексу України здійснення господарської діяльності, що містить ознаки підприємницької, без державної реєстрації, як суб'єкта підприємницької діяльності, якщо це було пов'язано з отриманням доходу у великих розмірах (коли його сума у тисячу і більше разів перевищує неоподатковуваний мінімум доходів громадян), — карається штрафом від ста до двохсот п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або виправними роботами на строк до двох років, або обмеженням волі на той самий строк.

Фіктивне підприємництво, тобто створення або придбання суб'єктів підприємницької діяльності (юридичних осіб) з метою прикриття незаконної діяльності або здійснення видів діяльності, щодо яких є заборона, карається штрафом від трьохсот до п'ятисот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або обмеженням волі на строк до трьох років згідно з ч. 1 ст. 205 Кримінального кодексу.

Умисне ухилення від сплати податків, зборів (обов'язкових платежів), що входять в систему оподаткування, введених у встановленому законом порядку, вчинене службовою особою підприємства, установи, організації, незалежно від форми власності або особою, що займається підприємницькою діяльністю без створення юридичної особи чи будь-якою іншою особою, яка зобов'язана їх сплачувати, якщо ці діяння призвели до фактичного ненадходження до бюджетів чи державних цільових фондів коштів у значних розмірах, карається штрафом від трьохсот до п'ятисот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або позбавленням права обіймати певні посади чи займатися певною діяльністю на строк до трьох років (ч. 1 ст. 212 Кримінального кодексу).

Адміністративна відповідальність настає за вчинення адміністративних проступків, передбачених законодавством про адміністративні правопорушення, і може виявлятися у винесенні попередження, накладенні штрафу, позбавленні спеціальних прав, адміністративному затриманні або арешті, огляді речей та вилученні речей і документів.

Кодекс про адміністративні правопорушення визначає загальні засади адміністративної відповідальності, а також встановлює окремі види порушень, за які ця відповідальність настає, зокрема:

- порушення санітарно-гігієнічних і санітарно-протиепідемічних правил і норм тягне за собою накладення штрафу на громадян від одного до дванадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян і на посадових осіб — від шести до двадцяти п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (ст. 42);

- виробництво, заготівля, реалізація сільськогосподарської продукції, що містить засоби захисту рослин, стимулятори їх росту, мінеральні добрива та інші хімічні препарати понад гранично допустимі рівні концентрації, тягнуть за собою накладення штрафу на громадян від трьох до семи неоподатковуваних мінімумів доходів громадян з конфіскацією зазначеної продукції або без такої і на посадових осіб — від п'яти до восьми неоподатковуваних мінімумів доходів громадян з конфіскацією зазначеної продукції або без такої (ст. 421);

- використання земель не за цільовим призначенням, невиконання природоохоронного режиму використання земель, розміщення, проектування, будівництво, введення в дію об'єктів, які негативно впливають на стан земель, неправильна експлуатація, знищення або пошкодження протиерозійних гідротехнічних споруд, захисних лісонасаджень, тягнуть за собою накладення штрафу на громадян від п'яти до двадцяти п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян і на посадових осіб — від п'ятнадцяти до тридцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (ст. 53);

- самовільне зайняття земельної ділянки тягне за собою накладення штрафу на громадян від десяти до п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян і на посадових осіб — від двадцяти до ста неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (ст. 531);

- самовільне відхилення від затверджених в установленому порядку проєктів землеустрою тягне за собою накладення штрафу на громадян від п'яти до двадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян і на посадових осіб — від п'ятнадцяти до тридцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (ст. 55);

- засмічення лісів відходами тягне за собою накладення штрафу на громадян від п'яти до десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян і на посадових осіб — від десяти до двадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (ст. 73);

- самовільне будівництво будинків або споруд, а так само самовільна зміна архітектурного вигляду будинків або споруд під час експлуатації тягне за собою накладення штрафу на громадян від п'яти до десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, на посадових осіб — від дев'яти до вісімнадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (ст. 97).

Дисциплінарна відповідальність застосовується за скоєння дисциплінарних проступків, які виявляються в порушенні трудової, навчальної, службової та військової дисципліни і завдають шкоди внутрішньому порядку діяльності підприємств, установ, організацій тощо. До правопорушників можуть застосовуватись стягнення, передбачені правилами внутрішнього розпорядку, дисциплінарними статутами і положеннями: зауваження, попередження, догана, переведення на іншу роботу, звільнення, пониження у званні тощо.

Так, Кодекс законів про працю України визначає дисциплінарні стягнення за порушення трудової дисципліни у вигляді догани або звільнення. Дисциплінарні стягнення застосовуються органом, якому надано право прийняття на роботу (обрання, затвердження і призначення на посаду) даного працівника. Якщо упродовж року з дня накладення дисциплінарного стяг-

нення працівника не буде піддано новому дисциплінарному стягненню, то він вважається таким, що не мав дисциплінарного стягнення.

Цивільно-правова відповідальність настає за порушення договірних зобов'язань майнового характеру або за заподіяння майнової чи немайнової (моральної) шкоди, тобто за скоєння цивільно-правового делікту, і може виражатись у позбавленні правопорушника певних благ матеріального характеру, у зміні невиконаного зобов'язку новим, у приєднанні до невиконаного власного агротуристичного бізнесу зобов'язку нового, додаткового.

Цивільно-правова відповідальність буває двох видів: договірної і позадоговірної.

Договірної відповідальності настає за невиконання або неналежне виконання зобов'язань за договором. На правопорушника покладаються нові, додаткові зобов'язки по відшкодуванню ним збитків або по сплаті неустойки за невиконання або неналежне виконання договірних умов. Це є додатковими до основного зобов'язаннями, бо основним зобов'язком цієї особи є виконання умов договору.

Так, у разі порушення договірних зобов'язань настають правові наслідки, встановлені договором або законом, зокрема:

- припинення зобов'язання внаслідок односторонньої відмови від зобов'язання, якщо це встановлено договором або законом, або розірвання договору;

- зміна умов зобов'язання;

- сплата неустойки;

- відшкодування збитків та моральної шкоди.

Позадоговірної відповідальності настає внаслідок порушення абсолютного суб'єктивного права. Її суть полягає в тому, що на правопорушника покладається зобов'язок відшкодувати завдані збитки. В цьому разі має місце заміна основного зобов'язку (утримуватись від протиправних дій) новим (відшкодувати завдані збитки).

Наприклад, ст. 49 Господарського кодексу передбачено, що підприємці зобов'язані не завдавати шкоди довкіллю, не порушувати права та законні інтереси громадян і їх об'єднань, інших суб'єктів господарювання, установ, організацій, права місцевого самоврядування і держави. За завдані шкоду і збитки підприємець несе майнову та іншу встановлену законом відповідальність.

КРОК 7. ОБЛІК ТА ОПОДАТКУВАННЯ АГРОТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Після етапу державної реєстрації новостворений суб'єкт підприємницької діяльності проходить другий організаційний етап

- реєстрацію в інших державних органах та установах. Кількість органів залежить від форми створення суб'єкта підприємницької діяльності — юридична чи фізична особа, сфери його діяльності та інших чинників. Нижче розглядається процедура та порядок реєстрації у найбільш типових державних органах.

Як зазначалося вище, відповідно до Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців» державний реєстратор у день державної реєстрації юридичної особи зобов'язаний передати відповідним органам статистики, державної податкової служби, Пенсійного фонду України, відомості з реєстраційної картки на проведення державної реєстрації юридичної особи або фізичної особи-підприємця.

1. Облік в органах статистики.

Відповідно до ст. 10 Закону України «Про державну статистику» органи державної статистики забезпечують створення і ведення Єдиного державного реєстру підприємств і організацій України, розроблення організаційних і методологічних принципів його функціонування.

Єдиний державний реєстр підприємств і організацій України (ЄДРПОУ) — автоматизована система збирання, накопичення та опрацювання даних про всіх юридичних осіб, відокремлені підрозділи юридичних осіб, що знаходяться на території України, а також відокремлені підрозділи юридичних осіб України, що знаходяться за межами України.

Інформаційний фонд Реєстру містить такі дані:

- ідентифікаційні — ідентифікаційний код та найменування суб'єкта;
- класифікаційні — види економічної діяльності, територіальна належність, форма власності, організаційно-правова форма господарювання, інституційний сектор економіки, найменування органу, до сфери управління якого належить суб'єкт, тощо; — довідкові — місцезнаходження, телефон, телефакс, прізвище керівника, засновників тощо;
- реєстраційні — відомості про створення, припинення суб'єктів та вчинення інших реєстраційних дій щодо них;
- економічні — виробничі та фінансово-економічні показники діяльності суб'єкта.

Довідка про включення до ЄДРПОУ видається органом державної статистики суб'єкту підприємницької діяльності за його запитом у 5-денний термін. Також у 5-денний термін після включення суб'єкта підприємницької діяльності до ЄДРПОУ орган державної статистики подає відповідному органу державної податкової служби відомості щодо його реєстраційних даних.

Відповідно до ст. 4 Закону України «Про особисте селянське господарство» особисті селянські господарства підлягають обліку. Облік особистих селянських господарств здійснюють сільські, селищні, міські ради за місцем розташування земельної ділянки в порядку, визначеному центральним органом виконавчої влади з питань статистики.

2. Облік в податкових органах.

Облік платників податків та інших платежів, здійснення контролю за своєчасністю, достовірністю, повнотою нарахування та сплати податків та зборів (обов'язкових платежів), контролю за валютними операціями, контролю за додержанням порядку проведення готівкових розрахунків за товари (послуги) у встановленому законом порядку, а також контролю за наявністю документа, що підтверджує державну реєстрацію юридичних

осіб та фізичних осіб-підприємців відповідно до закону, за наявності ліцензій на провадження видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню відповідно до закону, торгових патентів та інші функції покладені на органи державної податкової служби відповідно до ст. 8 Закону України «Про державну податкову службу в Україні».

Як зазначено в ст. 63 Податкового кодексу України, взяттю на облік або реєстрації в органах державної податкової служби підлягають всі платники податків. Взяття на облік в органах державної податкової служби юридичних осіб, їх відокремлених підрозділів, а також самозайнятих осіб здійснюється незалежно від наявності обов'язку щодо сплати того або іншого податку та збору. З метою проведення податкового контролю платники податків підлягають реєстрації або взяттю на облік в органах державної податкової служби за місцезнаходженням юридичних осіб, відокремлених підрозділів юридичних осіб, місцем проживання особи (основне місце обліку), а також за місцем розташування (реєстрації) їх підрозділів, рухомого та нерухомого майна, об'єктів оподаткування або об'єктів, які пов'язані з оподаткуванням або через які провадиться діяльність (неосновне місце обліку). Платник податків зобов'язаний стати на облік у відповідних органах державної податкової служби за основним та неосновним місцем обліку, повідомляти про всі об'єкти оподаткування і об'єкти, пов'язані з оподаткуванням, органи державної податкової служби за місцезнаходженням таких об'єктів у порядку, встановленому центральним органом державної податкової служби.

Заява про взяття на облік платника податків за неосновним місцем обліку подається у відповідний податковий орган протягом 10 робочих днів після створення відокремленого підрозділу, реєстрації рухомого чи нерухомого майна чи відкриття об'єкта чи підрозділу, через які провадиться діяльність або, які підлягають оподаткуванню.

Взяття на облік платників податків — юридичних осіб та їх відокремлених підрозділів здійснюється після їх державної реєстрації чи включення відомостей про них до відповідних державних реєстрів на умовах, що визначаються законодавчими актами України, крім випадків, визначених цим Кодексом, коли органами реєстрації є органи державної податкової служби або, коли проведення державної реєстрації платника податків у відповідному статусі законодавством не передбачається. Всі фізичні особи — платники податків та зборів реєструються в органах державної податкової служби шляхом включення відомостей про них до Державного реєстру фізичних осіб — платників податків у порядку, визначеному цим Кодексом. Фізичні особи-підприємці та особи, які мають намір провадити незалежну професійну діяльність, підлягають взяттю на облік як самозайняті особи в органах державної податкової служби згідно з цим Кодексом.

3. Облік в органах Пенсійного фонду України.

Пенсійний фонд України відповідно до Положення про Пенсійний фонд країни є центральним органом виконавчої влади, що здійснює керівництво та управління солідарною системою загальнообов'язкового державного пенсій-

ного страхування, провадить збір, акумуляцію та облік страхових внесків, признає пенсії та готує документи для їх виплати, забезпечує своєчасне і в повному обсязі фінансування та виплату пенсій, допомоги на поховання, інших соціальних виплат, які згідно із законодавством здійснюються за рахунок коштів Пенсійного фонду України, здійснює контроль за цільовим використанням коштів Пенсійного фонду України. Органи Пенсійного фонду України здійснюють, зокрема, забезпечення:

- додержання підприємствами, установами, організаціями та громадянами законодавства про пенсійне забезпечення;
- повного та своєчасного обліку платників страхових внесків;
- збирання та акумулювання страхових внесків, інших надходжень до бюджету Пенсійного фонду України відповідно до законодавства;
- стягнення у передбаченому законодавством порядку своєчасно не сплачених сум страхових внесків.

Крім того, органи Пенсійного фонду України за погодженням з фондами загальнообов'язкового державного соціального страхування здійснюють облік платників єдиного внеску, зазначених у частині першій статті 4 Закону України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування». Взяття на облік осіб, зазначених у пункті 1 частини першої статті 4 цього Закону, здійснюється Пенсійним фондом шляхом внесення відповідних відомостей до реєстру страхувальників.

Порядок взяття на облік та зняття з обліку в органах.

Пенсійного фонду України платників єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування затверджений постановою управління Пенсійного фонду України 27.09.2010 N 21-6.

Взяття на облік юридичних осіб здійснюється управліннями Пенсійного фонду України в районах, містах і районах у містах (далі — органи Пенсійного фонду) за місцезнаходженням юридичної особи на підставі відомостей з реєстраційної картки на проведення державної реєстрації юридичної особи, наданих державним реєстратором згідно із Законом України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців», не пізніше наступного робочого дня з дня отримання зазначених відомостей органами Пенсійного фонду.

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

Повідомлення про взяття на облік юридичної особи або фізичної особи-підприємця як платника єдиного внеску безоплатно надсилається платнику поштою з повідомленням про вручення наступного робочого дня з дня взяття на облік в органі Пенсійного фонду за встановленою формою.

У разі отримання від державного реєстратора повідомлення про рішення засновників (учасників) юридичної особи або уповноваженого ними органу

щодо припинення юридичної особи орган Пенсійного фонду в 10-денний термін проводить документальну перевірку платника щодо правильності нарахування та сплати єдиного внеску. На основі акту перевірки платник здійснює остаточні розрахунки.

Орган Пенсійного фонду закриває справу платника єдиного внеску після остаточного погашення ним недоїмки зі сплати єдиного внеску та інших платежів або передачі боргу за місцезнаходженням правонаступника. Реєстраційний номер знятого з обліку платника єдиного внеску надалі не використовується, його платежі враховуються органом Пенсійного фонду до кінця поточного року.

Необхідно звернути увагу на те, що відповідно до ст. 10 цього Закону члени фермерського господарства, особистого селянського господарства мають право на добровільну сплату єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття, у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності та витратами, зумовленими похованням, від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності, та пенсійне страхування.

7.2. Оподаткування діяльності у сфері агротуризму. Види податків, розміри та порядок їх сплати в більшості випадків залежить від організаційно-правової форми, яку обрала особа (родина, партнери) при здійсненні агротуристичної діяльності. Розглянемо коротко основні податки та збори, зобов'язання по сплаті яких може виникнути у суб'єкта агротуристичної діяльності.

1. Податок на землю.

У відповідності до ст. 206 Земельного кодексу використання землі в Україні є платним. Податковий кодекс визначає, що об'єктами оподаткування є земельні ділянки, які перебувають у власності або у користуванні, а також земельні частки (паї) (ст. 270). Ставка податку на земельні ділянки, нормативну грошову оцінку яких проведено, встановлюється у розмірі 1 % від їх нормативної грошової оцінки, за винятком випадків, передбачених податковим кодексом (ст. 274).

Кодексом звільняються від сплати земельного податку:

1) фізичні особи — інваліди I і II групи, фізичні особи, що виховують 3 і більше дітей віком до 18 років, пенсіонери (за віком), ветерани війни, постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи (ст. 281);

2) юридичні особи — заповідники, дослідні господарства, органи державної влади та самоврядування, релігійні та благодійні організації, громадські організації інвалідів та ін., а також новостворені фермерські господарства протягом 3 років, а в трудонедостатніх населених пунктах — упродовж 5 років з часу передачі їм земельної ділянки у власність (ст. 282).

2. Податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки.

Цей податок є нововведений і регулюється ст. 265 Податкового кодексу України. Зазначена ст. 265 відповідно до ч. 1 р. XIX Податкового кодексу (зі змінами) набирає чинності з 1 липня 2012 року.

Платниками податку є фізичні і юридичні особи — власники об'єктів житлової нерухомості.

Не є об'єктами оподаткування, зокрема, садові або дачні будинки, але не більше одного такого об'єкта на одного платника податку, а також об'єкти житлової нерухомості, які належать багатодітним сім'ям та прийомним сім'ям, у яких виховується троє та більше дітей, але не більше одного такого об'єкта на сім'ю.

Базою оподаткування є житлова площа об'єкта житлової нерухомості. База оподаткування об'єкта житлової нерухомості, що перебуває у власності фізичної особи — платника податку, зменшується: для квартири — на 120 кв. метрів, для житлового будинку — на 250 кв. метрів. Таке зменшення надається один раз за базовий податковий (звітний) період і застосовується до об'єкта житлової нерухомості, у якій фізична особа — платник податку зареєстрована в установленому законом порядку, або за вибором такого платника до будь-якого іншого об'єкта житлової нерухомості, який перебуває в його власності.

Ставки податку встановлюються сільською, селищною або міською радою в таких розмірах за 1 кв. метр житлової площі об'єкта житлової нерухомості:

- для квартир, житлова площа яких не перевищує 240 кв. метрів, та житлових будинків, житлова площа яких не перевищує 500 кв. метрів, ставки податку не можуть перевищувати 1 відсоток розміру мінімальної заробітної плати, встановленої законом на 1 січня звітного (податкового) року;

- для квартир, житлова площа яких перевищує 240 кв. метрів, та житлових будинків, житлова площа яких перевищує 500 кв. метрів, ставка податку становить 2,7 відсотка розміру мінімальної заробітної плати, встановленої законом на 1 січня звітного (податкового) року.

Базовий податковий (звітний) період дорівнює календарному року.

3. Податок на доходи фізичних осіб.

Відповідно до ст. 164 Податкового кодексу України базою оподаткування є чистий річний оподатковуваний дохід, який визначається шляхом зменшення загального оподаткованого доходу з урахуванням пункту 164.6 цієї статті на суми податкової знижки такого звітного року.

При визначенні бази оподаткування враховуються всі доходи платника податку, отримані ним як у грошовій, так і негрошовій формах, в тому числі доходи від здачі майна в оренду та отримані за цивільно-правовими договорами.

Не включаються до розрахунку загального місячного (річного) оподаткованого доходу, зокрема, доходи від відчуження безпосередньо власником сільськогосподарської продукції (включаючи продукцію первинної переробки), вирощеної (виробленої) ним на земельних ділянках, наданих йому в розмірах, встановлених Земельним кодексом України для ведення особистого селянського господарства, якщо їх розмір не було збільшено в результаті отриманої в натурі (на місцевості) земельної частки (паю), будівництва і обслуговування житлового будинку, господарських будівель і споруд (присадибних ділянок), ведення садівництва та індивідуального дачного будівництва, а також дохід фізичної особи — підприємця, з якого сплачується єдиний податок згідно із спрощеною системою оподаткування.

Ставка податку становить 15 відсотків бази оподаткування щодо доходів, одержаних відповідно до норм Кодексу. У разі, якщо загальна сума отриманих платником податку у звітному податковому місяці доходів перевищує десятикратний розмір мінімальної заробітної плати, встановленої законом на 1 січня звітного податкового строку, ставка податку становить 17 відсотків суми перевищення з урахуванням податку, сплаченого за ставкою 15%.

Ст. 170 Кодексу регулює оподаткування доходів від надання нерухомості в оренду (суборенду), житловий найм (під найм). Турист є фізичною особою, яка, як правило, не є суб'єктом господарювання, тому особою, відповідальною за нарахування та сплату (перерахування) податку до бюджету, є платник податку — орендодавець. Такий орендодавець самостійно нараховує та сплачує податок до бюджету в строки, встановлені Податковим кодексом для квартального звітного (податкового) періоду, а саме: протягом 40 календарних днів, після останнього дня такого звітного (податкового) кварталу, сума отриманого доходу, сума сплаченого протягом звітного податкового року податку та податкового зобов'язання за результатами такого року відображаються у річній податковій декларації.

4. Податок на додану вартість (ПДВ).

У разі, якщо загальна сума від здійснення фізичною особою — підприємцем або юридичною особою операцій з продажу туристичних та інших послуг, що підлягають оподаткуванню згідно з розділом V Податкового кодексу, нарахована (сплачена) такій особі протягом останніх 12 календарних місяців, сукупно перевищує 300000 гривень (без урахування податку на додану вартість), так особа зобов'язана зареєструватися як платник податку в орган державної податкової служби за своїм місцезнаходженням (місцем проживання), крім особи, яка є платником єдиного податку.

ПДВ обраховується звичайно за ставкою 17% від бази оподаткування та додається до ціни товару (згідно з п. 10 р. підрозділу 2 розділу XX «Перехідні положення» за податковими зобов'язаннями з податку на додану вартість, що виникли з 1 січня 2011 року до власного агротуристичного бізнесу 31 грудня 2013 року включно ставка податку становить 20%).

Податкова декларація подається за базовий звітний (податковий) період, що дорівнює календарному місяцю, упродовж 20 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного (податкового) місяця.

5. Податок на прибуток підприємств.

Платниками податку є суб'єкти господарювання — юридичні особи, які провадять господарську діяльність як на території України, так і за її межами. Об'єктом оподаткування є прибуток від здійснення господарської діяльності, який визначається шляхом зменшення доходів на суму витрат за звітний період.

Відповідно до п. 10 підрозділу 4 розділу XX «Перехідні положення» Податкового кодексу ставки податку встановлюють у наступних розмірах: з 1 квітня 2011 року по 31 грудня 2011 року включно — 23 %, з 1 січня 2012 року по 31 грудня 2012 року включно — 21 %, з 1 січня 2013 року по 31 грудня 2013 року включно — 19 %; з 1 січня 2014 року — 16 %.

6. Торговий патент.

Торговий патент — державне свідоцтво з обмеженим строком дії на провадження певного виду підприємницької діяльності та користування яким передбачає своєчасне внесення до бюджету відповідного збору — можуть отримувати суб'єкти господарської діяльності, які провадять торговельну діяльність у пунктах продажу товарів, діяльність з надання платних побутових послуг за переліком, визначеним Кабінетом Міністрів України, торгівлю валютними цінностями у пунктах обміну іноземної валюти, діяльність у сфері розваг (крім проведення державних грошових лотерей).

Не є платниками збору за провадження торговельної діяльності та діяльності з надання платних послуг, зокрема, суб'єкти господарювання, які провадять торговельну діяльність виключно з використанням таких видів товарів вітчизняного виробництва: хліб і хлібобулочні вироби; борошно пшеничне та житнє, сіль, цукор, олія соняшникова і кукурудзяна; молоко і молочна продукція, крім молока і вершків згущених з домішками і без них; продукти дитячого харчування; безалкогольні напої; морозиво; яловичина та свинина; свіська птиця; яйця; риба; ягоди фрукти; мед та інші продукти бджільництва, бджолоінвентар і засоби захисту бджіл; картопля і плодоовочева продукція; комбікорм для продажу населенню.

З придбанням пільгового торгового патенту провадиться торговельна діяльність з продажу товарів народних промислів, зубних паст та порошків, косметичних серветок, дитячих пелюшок, паперу туалетного, мила господарського, зошитів, періодичних видань друкованих засобів масової інформації вітчизняного виробництва, книг, брошур, альбомів, нотних видань, буклетів, плакатів, картографічної продукції.

Ставка збору за провадження торговельної діяльності та діяльності з надання платних послуг встановлюється органами місцевого самоврядування з розрахунку на календарний місяць для сільської місцевості у розмірі до 0,1 розміру мінімальної заробітної плати. Ставка збору за провадження торговельної діяльності із придбанням пільгового торгового патенту встановлюється в розмірі 0,05 розміру мінімальної заробітної плати щорічно.

7. Єдиний податок.

У зв'язку із тим, що розділ XIV «Спеціальні податкові режими» Податкового кодексу до сьогодні так і не прийнятий, регулювання сплати єдиного податку здійснюється відповідно до норм Указу Президента України «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва».

Спрощена система оподаткування, обліку та звітності запроваджується для фізичних осіб, які здійснюють підприємницьку діяльність без створення юридичної особи і у трудових відносинах з якими, включаючи членів їх сімей, упродовж року перебуває не більше 10 осіб та обсяг виручки яких від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за рік не перевищує 500 тис.

гривень, та юридичних осіб — суб'єктів підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, в яких за рік се-

редньооблікова чисельність працюючих не перевищує 50 осіб і обсяг виручки яких від реалізації продукції власного агротуристичного бізнесу (товарів, робіт, послуг) за рік не перевищує 1 млн. гривень.

Ставка єдиного податку для суб'єктів малого підприємництва - фізичних осіб встановлюється місцевими радами за місцем їх державної реєстрації залежно від виду діяльності і не може становити менше 20 гривень та більше 200 гривень на місяць.

Суб'єкт підприємницької діяльності — юридична особа, який перейшов на спрощену систему оподаткування, обліку та звітності, самостійно обирає одну з наступних ставок єдиного податку: 6 % суми виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) без урахування акцизного збору у разі сплати податку на додану вартість або 10 % суми виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), за винятком акцизного збору, у разі включення податку на додану вартість до складу єдиного податку.

8. Туристичний збір.

Ст. 268 Податкового кодексу визначає, що туристичний збір — це місцевий збір, кошти від якого зараховуються до місцевого бюджету.

Платниками збору є громадяни України, іноземці, а також особи без громадянства, які прибувають на територію адміністративно-територіальної одиниці, на якій діє рішення сільської, селищної та міської ради про встановлення туристичного збору, та отримують (споживають) послуги з тимчасового проживання (ночівлі) із зобов'язанням залишити місце перебування в зазначений строк.

Платниками збору не можуть бути особи, які:

а) постійно проживають, у тому числі на умовах договорів найму, у селі, селищі або місті, радами яких встановлено такий збір;

б) особи, які прибули у відрядження;

в) інваліди, діти-інваліди та особи, що супроводжують інвалідів I групи або дітей-інвалідів (не більше одного супроводжуючого);

г) ветерани війни;

г) учасники ліквідації наслідків аварії на Чорнобильській АЕС;

д) особи, які прибули за путівками (курсівками) на лікування, оздоровлення, реабілітацію до лікувально-профілактичних, фізкультурно-оздоровчих та санаторно-курортних закладів, що мають ліцензію на медичну практику та акредитацію Міністерства охорони здоров'я України;

е) діти віком до 18 років;

е) дитячі лікувально-профілактичні, фізкультурно-оздоровчі та санаторно-курортні заклади.

Ставка збору встановлюється у розмірі від 0,5 до 1 відсотка до бази справляння збору.

Базою справляння є вартість усього періоду проживання (ночівлі) в готелях, кемпінгах, мотелях, гуртожитках для приїжджих та інших закладах готельного типу, санаторно-курортними закладах, а також в будинках (квартирах), що належать фізичним особам на праві власності або на праві користування за договором найму.

До вартості проживання не включаються витрати на харчування чи побутові послуги (прання, чистка, лагодження та прасування одягу, взуття чи білизни), телефонні рахунки, оформлення закордонних паспортів, дозволів на в'їзд (віз), обов'язкове страхування, витрати на усний та письмовий переклади, інші документально оформлені витрати, пов'язані з правилами в'їзду.

Базовий податковий (звітний) період дорівнює календарному кварталу. Вибір оптимального податкового режиму здійснення агротуристичної діяльності є таким же важливим питанням, як і визначення оптимальної та найбільш зручної організаційно-правової форми господарювання. До речі, оптимізація оподаткування надає суб'єкту підприємницької діяльності більш вигідні умови роботи порівняно з особою, яка не зареєструвалася як підприємець.

КРОК 8. ДОГОВІРНІ ВІДНОСИНИ З ІНШИМИ СУБ'ЄКТАМИ У СФЕРІ АГРОТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В процесі здійснення туристичної діяльності господар як суб'єкт такої діяльності має укладати певні угоди (договори) з іншими особами: організаціями, підприємствами, приватними підприємцями, найманими працівниками, які беруть участь у формуванні і просуванні туристичного продукту, а також зі споживачами цього туристичного продукту (туристами).

Відповідно до Цивільного кодексу України (ст. 626) договором є домовленість двох або більше сторін, спрямована на встановлення, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків. Договір є двостороннім, якщо правами та обов'язками наділені обидві сторони договору. До договорів, що укладаються загальні положення про договір, якщо це не суперечить багатосторонньому характеру цих договорів. Договір може бути й одностороннім, якщо одна сторона бере на себе обов'язок перед другою стороною вчинити певні дії або утриматися від них, а друга сторона наділяється лише правом вимоги, без виникнення зустрічного обов'язку щодо першої сторони.

Зміст договору не може суперечити нормам цивільного законодавства, інтересам держави і суспільства, його моральним засадам; волевиявлення учасників договору має бути вільним і відповідати їх внутрішній волі, а сам договір — спрямований на реальне настання певних правових наслідків.

Істотними умовами договору є умови про предмет договору, умови, що визначені законом як істотні або є необхідними для договорів даного виду, а також усі ті умови, щодо яких за заявою хоча б однієї із сторін має бути досягнуто згоди. Договором може бути встановлено, що його окремі умови визначаються відповідно до типових умов договорів певного виду, оприлюднених у встановленому порядку.

Договір має вчинятися у формі, встановленій законом. Форма договору є способом фіксації результатів узгодження волевиявлення сторін у процесі укладення договору. Відповідно до ст. 205 Цивільного кодексу України договір може укладатися усно або в письмовій формі. Сторони мають право обирати форму договору, якщо інше не встановлено законом.

Договір, для якого законом не встановлена обов'язкова письмова форма, вважається укладеним, якщо поведінка сторін засвідчує їхню волю до настання відповідних правових наслідків. Усно можуть укладатися договори, які повністю виконуються сторонами у момент їх вчинення, за винятком договорів, які підлягають нотаріальному посвідченню та (або) державній реєстрації, а також договорів, для яких недодержання письмової форми має наслідком їх недійсність.

Договір вважається таким, що вчинений у письмовій формі, якщо він підписаний його сторонами. Договір, який укладає юридична особа, підписується особами, уповноваженими на це її установчими документами, довіреністю, законом або іншими актами цивільного законодавства, та скріплюється печаткою.

У письмовій формі належить укладати (ст. 208):

- 1) договори між юридичними особами;
- 2) договори між фізичною та юридичною особою, крім тих, які повністю виконуються сторонами у момент їх укладення;
- 3) договори фізичних осіб між собою на суму, що перевищує у двадцять і більше разів розмір неоподаткованого мінімуму доходів громадян, крім тих, які повністю виконуються сторонами у момент їх вчинення;
- 4) інші правочини, щодо яких законом встановлена письмова форма.

Договір, який укладений у письмовій формі, підлягає нотаріальному посвідченню лише у випадках, встановлених законом або домовленістю сторін. Нотаріальне посвідчення договору здійснюється нотаріусом або іншою посадовою особою, яка відповідно до закону має право на вчинення такої нотаріальної дії, шляхом вчинення на документі, в якому викладено текст договору, посвідчувального напису. На вимогу фізичної або юридичної особи будь-який договір з її участю може бути нотаріально посвідчений. У разі недодержання сторонами вимоги закону про нотаріальне посвідчення договору такий договір є нікчемним (ст. 209).

Договір підлягає державній реєстрації лише у випадках, встановлених законом. Такий договір вважається укладеним з моменту його державної реєстрації. Перелік органів, які здійснюють державну реєстрацію, порядок реєстрації, а також порядок ведення відповідних реєстрів встановлюються законом (ст. 210).

Якщо це передбачено законом, то недодержання вимоги про форму правочину спричинює недійсність такого правочину.

Необхідно пам'ятати, що особа, яка укладає договір, повинна мати необхідний обсяг цивільної дієздатності. Обов'язки щодо перевірки цивільної дієздатності покладаються на сторони договору, а договору в нотаріальній формі — на нотаріуса або іншу особу, яка відповідно до закону компетентна вчиняти нотаріальні дії.

Договір може бути визнаний судом нікчемним (недійсним), коли він укладений зокрема:

- 1) малолітньою або неповнолітньою особою за межами її цивільної дієздатності без згоди її батьків (усиновлювачів), піклувальників;

2) дієздатною фізичною особою, яка у момент його вчинення не усвідомлювала значення своїх дій та (або) не могла керувати ними;

3) юридичною особою без відповідного дозволу (ліцензії), наявність якої передбачена законодавством;

4) особою, яка помилилася щодо обставин, які мають істотне значення;

5) особою, яка навмисно була введена другою стороною в оману щодо обставин, які мають істотне значення;

6) особою під впливом тяжкої для неї обставини і на вкрай невідгидних для неї умовах;

7) особами без наміру створення правових наслідків, які обумовлювалися цим договором (фіктивний договір);

8) сторонами для приховання іншого правочину, який вони насправді вчинили (удаваний договір).

Нікчемний договір або договір, визнаний судом недійсним, є недійсним з моменту його вчинення.

Відповідно до ст. 651 Цивільного кодексу України, зміна або розірвання договору допускається лише за згодою сторін, якщо інше не встановлено договором або законом. Договір може бути змінено або розірвано за рішенням суду на вимогу однієї із сторін у разі істотного порушення договору другою стороною та в інших випадках, встановлених договором або законом. Істотним є таке порушення стороною договору, коли внаслідок завданої шкоди друга сторона значною мірою позбавляється того, на що вона розраховувала при укладенні договору.

У разі односторонньої відмови від договору у повному обсязі або частково, якщо право на таку відмову встановлено договором або законом, договір є відповідно розірваним або зміненим.

У разі зміни договору зобов'язання сторін змінюються відповідно до змінених умов щодо предмета, місця, строків виконання тощо. У разі розірвання договору зобов'язання сторін припиняються. Зміна або розірвання договору вчиняється в такій самій формі, що й договір, що змінюється або розривається, якщо інше не встановлено договором або законом чи не випливає із звичаїв ділового обороту.

Договори з постачальниками товарів, робіт і послуг при формуванні та просуванні туристичного продукту. Створюючи ті чи інші туристичні послуги, господар має вступати у відносини з контрагентами, які, як правило, за певну плату беруть на себе зобов'язання продати йому певний товар, виконати певну роботу або надати певну послугу. Такі відносини можуть бути разовими або тривати достатньо довгий час.

У зв'язку із тим, що агротуристична діяльність прив'язана територіально до конкретного господарства (групи господарств) і це її відрізняє від багатьох інших видів господарської діяльності, одним з перших завдань, які має бути вирішено в процесі формування агротуристичного продукту, — це створення належних територій та приміщень, де цей продукт буде продаватися. Це завдання можна вирішити шляхом часткового переобладнання вже існуючих територій та будівель та/або шляхом створення нових об'єктів, спеціаль-

но пристосованих для надання туристичних послуг споживачам. Для здійснення необхідного ремонту або будівництва власникам доцільно залучати профільних фахівців, які мають необхідну кваліфікацію та дозвільні документи для виконання тих чи інших робіт. Важливо пам'ятати, що самовільне виконання будівельно-ремонтних робіт тягне за собою не тільки складності із введенням об'єкта в експлуатацію та оформленням необхідних прав на такий об'єкт, а й конкретні ризики для життя, здоров'я і майна членів родини самого господаря та його гостей.

Купівля-продаж робіт відбувається за договорами підряду та регулюється главою 61 Цивільного кодексу України. За договором підряду одна сторона (підрядник) зобов'язується на свій ризик виконати певну роботу за завданням другої сторони (замовника), а замовник зобов'язується прийняти та оплатити виконану роботу. Для виконання окремих видів робіт, встановлених законом, підрядник (субпідрядник) зобов'язаний одержати спеціальний дозвіл (ст. 837).

За договором будівельного підряду підрядник зобов'язується збудувати і здати у встановлений строк об'єкт або виконати інші будівельні роботи відповідно до проектно-кошторисної документації, а замовник зобов'язується надати підрядникові будівельний майданчик (фронт робіт), передати затверджену проектно-кошторисну документацію, якщо цей обов'язок не покладається на підрядника, прийняти об'єкт або закінчені будівельні роботи та оплатити їх. Договір будівельного підряду укладається на проведення нового будівництва, капітального ремонту, реконструкції (технічного переоснащення) підприємств, будівель (зокрема житлових будинків), споруд, виконання монтажних, пусконаладжувальних та інших робіт, нерозривно пов'язаних з місцезнаходженням об'єкта (ст. 875).

Облаштування оселі та створення місць розміщення туристів пов'язано з необхідністю купувати додаткові меблі, постіль, білизну, елементи інтер'єру, ставити необхідне обладнання для забезпечення туристів житлово-комунальними послугами тощо. Харчування туристів вимагає постачання на постійній основі тих продуктів, які господарство не в змозі виростити на своїй землі. Для забезпечення туристів необхідним сезонним спорядженням та інвентарем (лижами, ковзанами, велосипедами, м'ячами, настільними іграми, мангалами, басейнами тощо) про їх своєчасну закупівлю необхідно потурбуватися заздалегідь.

При укладанні договорів з постачальниками товарів необхідно керуватися нормами глави 54 Цивільного кодексу. За договором купівлі-продажу одна сторона (продавець) передає або зобов'язується передати майно (товар) у власність другій стороні (покупцеві), а покупець приймає або зобов'язується прийняти майно (товар) і сплатити за нього певну грошову суму (ст. 655). Продавець зобов'язаний передати покупцеві товар, визначений договором купівлі-продажу, та одночасно з товаром передати покупцеві документи (технічний паспорт, сертифікат якості тощо), що стосуються товару та підлягають переданню разом із товаром відповідно до договору або актів цивільного законодавства (ст. 662).

Якщо право власності переходить до покупця раніше від передавання товару, продавець зобов'язаний до передавання зберігати товар, не допускаючи його погіршення. Необхідні для цього витрати покупець зобов'язаний відшкодувати продавцеві, якщо інше не встановлено договором (ст. 667). Ризик випадкового знищення або випадкового пошкодження товару переходить до покупця з моменту передавання йому товару, якщо інше не встановлено договором або законом (ст. 668).

Якщо за договором купівлі-продажу переданню підлягає товар у певному співвідношенні за видами, моделями, розмірами, кольорами або іншими ознаками (асортимент), продавець зобов'язаний передати покупцеві товар в асортименті, погодженому сторонами (ст. 671). Якщо продавець передав товар в асортименті, що не відповідає умовам договору купівлі-продажу, покупець має право відмовитися від його прийняття та оплати, а якщо він вже оплачений, — вимагати повернення сплаченої за нього грошової суми (ст. 672).

Товар, який продавець передає або зобов'язаний передати покупцеві, має відповідати вимогам щодо його якості в момент його передавання покупцеві, якщо інший момент визначення відповідності товару цим вимогам не встановлено договором купівлі-продажу. Договором або законом може бути встановлений строк, протягом якого продавець гарантує якість товару (гарантійний строк) (ст. 675). Якщо на товар не встановлений гарантійний строк або строк придатності, вимога у зв'язку з його недоліками може бути пред'явлена покупцем за умови, що недоліки були виявлені протягом розумного строку, але в межах двох років, а щодо нерухомого майна — в межах трьох років від дня передавання товару покупцеві, якщо договором або законом не встановлений більший строк (ст. 680).

Почупець зобов'язаний оплатити товар після його прийняття або прийняття товаророзпорядчих документів на нього, якщо договором або актами цивільного законодавства не встановлений інший строк оплати товару. Покупець зобов'язаний сплатити продавцеві повну ціну переданого товару. Договором купівлі-продажу може бути передбачено розстрочення платежу. У разі прострочення оплати товару продавець має право вимагати оплати товару та сплати процентів за користування чужими грошовими коштами (ст. 692). Якщо договором встановлений обов'язок покупця частково або повністю оплатити товар до його передавання продавцем (попередня оплата), покупець повинен здійснити оплату в строк, встановлений договором купівлі-продажу, а якщо такий строк не встановлений договором, — у семиденний строк від дня пред'явлення вимоги, якщо обов'язок негайного виконання не впливає із договору або актів цивільного законодавства (ст. 693).

Якщо і продавець, і покупець є суб'єктами підприємницької діяльності, а товар передається у власність покупця для використання його у підприємницькій діяльності або в інших цілях, не пов'язаних з особистим, сімейним, домашнім або іншим подібним використанням, сторони укладають договір поставки (ст. 712), до якого застосовуються загальні положення про купівлю-продаж, якщо інше не встановлено договором, законом або не впливає з характеру відносин сторін.

У разі, якщо постачальник товарів є нерезидентом України, корисно до укладання договору поставки ознайомитися з Інкотермс 2010 (Incoterms 2010) — міжнародними правилами, які визнані урядовими органами, юридичними компаніями і комерсантами по всьому світу як тлумачення найбільш вживаних в міжнародній торгівлі термінів.

Зобов'язання про надання послуг — це важлива група договірних зобов'язань, до яких належать перевезення, транспортне експедирування, доручення, страхування, комісія, туристичне обслуговування, зберігання, інформаційні послуги, позика, кредит, банківський рахунок, банківський вклад, управління майном, платне надання інших послуг тощо. Загальні положення про послуги та договори про їх надання регулюються главою 63 Цивільного кодексу України. За договором про надання послуг одна сторона (виконавець) зобов'язується за завданням другої сторони (замовника) надати послугу, яка споживається у процесі вчинення певної дії або здійснення певної діяльності, а замовник зобов'язується оплатити виконавцеві зазначену послугу, якщо інше не встановлено договором (ст. 901). Договір послуг, як правило, є платним. Замовник зобов'язаний оплатити виконавцеві зазначену послугу, якщо інше не передбачено договором. За загальним правилом виконавець має надати послугу особисто.

Якщо за договором підряду основною метою є результат діяльності підрядника, тобто матеріальний об'єкт, то за договором надання послуг результат здійснення діяльності виконавця має нематеріальний характер, послуга споживається отримувачем у процесі її надання.

У деяких випадках, якщо це впливає з умов договору або замовник висловив свій намір чи бажання, або відсутність заперечень, виконавець може покласти виконання умов договору на іншу особу (ст. 902).

Однією з істотних умов договору про оплатне надання послуг є оплата: її розмір, строки та порядок внесення. У разі, якщо виконавець не може виконати умови договору не з власної вини, замовник зобов'язаний виплатити йому розумну плату. Якщо неможливість виконання договору виникла з вини замовника, він зобов'язаний виплатити виконавцеві плату в повному обсязі, якщо інше не встановлено договором або законом (ст. 903).

У зв'язку з тим, що послуги переважно пов'язуються з особою, яка їх надає, до неї ставляться певні підвищені вимоги. Це значить, що здебільшого виконавець має отримати спеціальний дозвіл (ліцензію) для здійснення своєї діяльності; мати певну кваліфікацію, освіту, стаж роботи. Ця вимога стосується, зокрема, таких видів діяльності:

- банківської відповідно до Закону України «Про банки і банківську діяльність»;
- туристичної (для туроператорів) відповідно до Закону України «Про туризм»;
- медичної відповідно до Основ законодавства України про охорону здоров'я;
- аудиторської відповідно до Закону України «Про аудиторську діяльність»;

- оціночної відповідно до Закону України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні»;
- страхування відповідно до Закону України «Про страхування»;
- автомобільних перевезень відповідно до Закону України «Про автомобільний транспорт».

Договори з персоналом. На перших кроках становлення агротуристичного господарства більшість родин здійснюють обслуговування туристів власними силами, залучаючи до цього дітей та інших родичів. В переважній більшості випадків договори між родичами не укладаються. Але з часом розвиток та розширення бізнесу ставить власників перед необхідністю залучати до тих чи інших робіт (прибирання приміщень, готування їжі, підтримання місць відпочинку та господарських будівель в порядку, утримання тварин тощо) сторонніх людей.

Трудові відносини працівників усіх підприємств, установ, організацій незалежно від форм власності, виду діяльності і галузевої належності, а також осіб, які працюють за трудовим договором з фізичними особами регулюються законодавством про працю, в першу чергу, Кодексом законів про працю.

Відповідно до Кодексу законів про працю, трудовий договір — це угода між працівником і власником підприємства, установи, організації або уповноваженим ним органом чи фізичною особою, за якою працівник зобов'язується виконувати роботу, визначену цією угодою, з дотриманням внутрішнього трудового розпорядку, а власник підприємства, установи, організації або уповноважений ним орган чи фізична особа зобов'язується виплачувати працівникові заробітну плату і забезпечувати умови праці, необхідні для виконання роботи, передбачені законодавством про працю, колективним договором і угодою сторін (ст. 21).

Трудовий договір може бути:

- 1) безстроковим, що укладається на невизначений строк;
- 2) на визначений строк, встановлений за погодженням сторін;
- 3) таким, що укладається на час виконання певної роботи (ст. 23).

При укладенні трудового договору громадянин зобов'язаний надати паспорт або інший документ, що посвідчує особу, трудову книжку, а у випадках, передбачених законодавством, — також документ про освіту (спеціальність, кваліфікацію), про стан здоров'я та інші документи. Укладення трудового договору оформляється наказом чи розпорядженням власника або уповноваженого ним органу про зарахування працівника на роботу. Трудовий договір вважається укладеним і тоді, коли наказу чи розпорядження не було видано, але працівника фактично було допущено до роботи (ст. 24).

У разі укладення трудового договору між працівником і фізичною особою фізична особа або за нотаріальним дорученням уповноважена нею особа повинна у тижневий строк з моменту фактичного допущення працівника до роботи зареєструвати укладений у письмовій формі трудовий договір у державній службі зайнятості за місцем свого проживання у порядку, визначеному Міністерством праці та соціальної політики України (ст. 241).

При укладенні трудового договору може бути обумовлене угодою сторін випробування з метою перевірки відповідності працівника роботі, яка йому доручається. Умова про випробування повинна бути застережена в наказі (розпорядженні) про прийняття на роботу (ст. 26). Строк випробування при прийнятті на роботу, якщо інше не встановлено законодавством України, не може перевищувати трьох місяців (ст. 27).

Роботодавець зобов'язаний до початку роботи за укладеним трудовим договором:

1) роз'яснити працівникові його права і обов'язки та проінформувати під розписку про умови праці, наявність на робочому місці, де він буде працювати, небезпечних і шкідливих виробничих факторів, які ще не усунуто, та можливі наслідки їх впливу на здоров'я, його права на пільги і компенсації за роботу в таких умовах відповідно до чинного законодавства і колективного договору;

2) ознайомити працівника з правилами внутрішнього трудового розпорядку та колективним договором;

3) визначити працівникові робоче місце, забезпечити його необхідними для роботи засобами;

4) проінструктувати працівника з техніки безпеки, виробничої санітарії, гігієни праці і протипожежної охорони (ст. 29);

5) забезпечити справний стан машин, верстатів і пристроїв; належну якість матеріалів та інструментів, необхідних для виконання роботи, і їх своєчасне надання; вчасне постачання виробництва електроенергією, газом та іншими джерелами енергоживлення; своєчасне забезпечення технічною документацією; здорові та безпечні умови праці (додержання правил і норм з техніки безпеки, необхідне освітлення, опалення, вентиляція, усунення шкідливих наслідків шуму, випромінювань, вібрації та інших факторів, які негативно впливають на здоров'я робітників, і т. ін.) (ст. 88).

Власник не має права вимагати від працівника виконання роботи, не обумовленої трудовим договором (ст. 31).

Кодекс законів про працю України встановлює підстави звільнення працівників, зокрема у випадках:

- виявленої невідповідності працівника займаній посаді або виконуваній роботі внаслідок недостатньої кваліфікації або стану здоров'я, які перешкоджають продовженню даної роботи;

- систематичного невиконання працівником без поважних причин обов'язків, покладених на нього трудовим договором або правилами внутрішнього трудового розпорядку, якщо до працівника раніше застосовувалися заходи дисциплінарного чи громадського стягнення;

- прогулу (в тому числі відсутності на роботі більше трьох годин протягом робочого дня) без поважних причин;

- появи на роботі в нетверезому стані, у стані наркотичного або токсичного сп'яніння;

- вчинення за місцем роботи розкрадання (в тому числі дрібного) майна власника, встановленого вироком суду, що набрав законної сили, чи постаново-

вою органу, до компетенції якого входить накладення адміністративного стягнення або застосування заходів громадського впливу;

- винних дій працівника, який безпосередньо обслуговує грошові, товарні або культурні цінності, якщо ці дії дають підстави для втрати довіри до нього з боку власника;

- вчинення працівником, який виконує виховні функції, аморального проступку, не сумісного з продовженням даної роботи.

Але необхідно пам'ятати, що не допускається звільнення працівника з ініціативи власника або уповноваженого ним органу в період його тимчасової непрацездатності, а також у період перебування працівника у відпустці (ст. 40, 41).

Трудові книжки ведуться на всіх працівників, які працюють на підприємстві, в установі, організації або у фізичної особи понад п'ять днів. Трудові книжки ведуться також на позаштатних працівників при умові, якщо вони підлягають загальнообов'язковому державному соціальному страхуванню (ст. 48).

Заробітна плата — це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу. Питання державного і договірної регулювання оплати праці, прав працівників на оплату праці та їх захисту визначаються цим Кодексом, Законом України «Про оплату праці» та іншими нормативно-правовими актами (ст. 94).

Безпідставна невивплата заробітної плати громадянам більш як за один місяць, вчинена умисно керівником підприємства чи громадянином — суб'єктом підприємницької діяльності, тягне за собою кримінальну відповідальність відповідно до ст. 175 Кримінального кодексу України.

Укладання трудових договорів на легальній та взаємовідповідальній основі є не тільки обов'язком роботодавця, а й засобом необхідного захисту прав та законних інтересів сторін. Ретельна перевірка претендентів та можливість своєчасного звільнення некомпетентних, безвідповідальних, аморальних осіб може позбавити господаря зайвих проблем, фінансових і моральних збитків, а також захистить здоров'я та майно туристів, які відпочивають на території садиби.

Договори з туристами. Закон України «Про туризм» встановлює певні вимоги щодо укладення та виконання договорів у сфері туристичної діяльності: договору на туристичне обслуговування (ст. 20), договору на екскурсійне обслуговування (ст. 21), договору на готельне обслуговування (ст. 22) та ваучеру як форми письмового договору на туристичне або на екскурсійне обслуговування (ст. 23). Але ці договори регулюють участь у відносинах певних суб'єктів туристичної діяльності: турагентів, туроператорів, суб'єктів туристичного супроводу, готелів та інших колективних засобів розміщення.

Жодний із зазначених договорів не може бути прямо застосований до суб'єкта агротуристичної діяльності. Тому при розробці текстів договорів з туристами необхідно керуватися Цивільним кодексом та іншими нормативними документами, які регулюють відношення найму (оренди) житла, купів-

лі-продажу послуг (харчування, прибирання), прокату, зберігання тощо, враховуючи суттєві умови кожного з видів цих договорів.

Крім того, договір на обслуговування туриста має включати в себе положення про взаємну відповідальність сторін у випадку знищення або пошкодження майна, нанесення іншої шкоди. Відповідно до ст. 22 Цивільного кодексу України особа, якій завдано збитків у результаті порушення її цивільного права, має право на їх відшкодування. Збитками є втрати, яких особа зазнала у зв'язку зі знищенням або пошкодженням речі, а також витрати, які особа зробила або мусить зробити для відновлення свого порушеного права (реальні збитки), а також доходи, які особа могла б реально одержати за звичайних обставин, якби її право не було порушене (упущена вигода). Збитки відшкодовуються у повному обсязі, якщо договором або законом не передбачено відшкодування у меншому або більшому розмірі.

Укладений в письмовій формі договір дає можливість власнику садиби у випадку псування або крадіжки майна туристами здійснити необхідні заходи щодо відшкодування завданих збитків, в тому числі і в судовому порядку.

Господар зобов'язаний забезпечити туристам безпечні умови відпочинку, але він не може і не мусить контролювати кожен їхній крок та відповідати за недбалу або ризикову поведінку, особливо передбачити поведінку дітей. Тому для обмеження відповідальності власника у випадку настання різного роду нещасних випадків корисно під час підписання договору з туристами підписувати і документ, який роз'яснює відвідувачам правила поведінки та попереджує про можливі загрози, пов'язані з перебуванням на території господарства та за його межами, зокрема користування електричними приладами, поводження зі свійськими тваринами, керування засобами переміщення (човнами, велосипедами, лижами та ін), поведінкою на воді, в лісі. Батьки або інші особи мають письмово підтвердити відповідальність за своїх дітей.

У будь-якому випадку, фінансові витрати, пов'язані з професійним складанням та друкуванням тексту договору та додатків до нього, будуть незрівнянно меншими ніж фінансові втрати від негативних наслідків, спричинених відсутністю такого договору у потрібний момент.

КРОК 9. ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ НА РИНКУ

Реклама як засіб просування агротуристичного господарства на ринку туристичних послуг. Важливим елементом маркетингової діяльності в сільському туризмі є популяризація (промоушн).

Популяризація виконує 3 функції:

1) інформаційну — це абсолютно необхідна умова для маркетингової орієнтації. Вона полягає у представленні нинішнім та майбутнім покупцям інформації, внаслідок чого повинно відбутися подолання бар'єру незнайомості пропозиції;

2) спонукальну — метою продажу є викликати бажані позиції та поведінку;

3) конкурентну — заходи спрямовані на підкреслення привабливості власної діяльності та перешкоджання діяльності потенційних конкурентів.

До основних завдань популяризації належать:

- презентація вигод, які несе купівля пропозиції відпочинку в селі;
- виділення пропозиції на фоні інших конкурентних пропозицій;
- створення доброї репутації агротуристичних садиб та намагання створити власну торгову марку;
- інформування максимальної кількості потенційних покупців про свою діяльність та туристичну пропозицію.

Популяризацію необхідно використовувати на різних рівнях та в різних місцях:

- в агротуристичному господарстві;
- у селі, в туристично-привабливих об'єктах, які є в околиці (замки, палаци);
- на заправках та місцях такого типу.

Такі заходи ведуть до досягнення мети популяризації, а зокрема:

- виникнення потреби ознайомитися з новою пропозицією;
- переконання в особливих якостях пропозиції;
- підтримання попиту на вже відомі продукти;
- заохочення до купівлі пропозиції у визначений час.

Одним з найважливіших елементів популяризації туристичної діяльності є реклама.

Реклама — це засіб поширення інформації і переконання людей, які створюють уяву про продукт, викликають довіру до нього та бажання купити цей продукт. Рекламуючи ті чи інші послуги, агрогосподарство публічно подає дані про свої можливості за допомогою художніх, технічних і психологічних прийомів з метою посилення попиту і збільшення їх реалізації.

В туризмі розрізняють рекламу:

- *початкову* — ознайомлення раніше встановленого кола споживачів з новим для конкретного ринку туристичним продуктом або послугами шляхом повідомлення детальних даних про якість, ціну, спосіб споживання, місце проведення туристичні акції;

- *конкурентну* — виокремлення рекламованого туристичного продукту з великої кількості аналогічної продукції, що пропонується конкуруючими суб'єктами туристичної діяльності;

- *зберігаючу* — підтримка високого рівня попиту на раніше рекламований туристичний продукт.

Основні принципи реклами:

- принцип безперервності — рекламна діяльність повинна вестися у одній і тій самій формі тривалий час;

- принцип чергових повторів;

- принцип концентрації;

- принцип контрастності;

- принцип одночасної різноманітності (візуальна реклама, через пошту, в пресі і на радіо).

При створенні реклами необхідно враховувати той факт, що люди сприймають розумом тільки 20% інформації, а решту 80% — з допомогою відчуттів.

Найважливіші шляхи розповсюдження рекламної інформації агротуристичних послуг, це:

- зовнішня реклама;
- Інтернет;
- реклама в пресі;
- реклама на радіо;
- рекламні листи;
- популяризаційні видання — рекламні листівки, буклети, проспекти, каталоги.

При цьому варто пам'ятати про принцип одночасної різноманітності (візуальна реклама, через пошту, в пресі і на радіо).

Зовнішня реклама оформляється у вигляді щитової реклами, реклами на транспорті, вивісок та ін. Щитова реклама — найбільш поширений вид зовнішньої реклами. Вона може бути оформлена на спеціально встановлених щитах, місця на яких продаються на місяць і більше (бігборд), на дошках оголошень у вигляді листівок, на будівлях, спорудах, зупинках міського транспорту, огороженнях тощо. Позаяк більшість суб'єктів агротуристичної діяльності просто не мають достатніх коштів для тотальної реклами через засоби масової інформації, зовнішня реклама стає дуже важливим атрибутом у популяризації конкретного господарства, а також способом поширення інформації про наявні тури та послуги.

Реклама на транспорті — це розміщення рекламних закликів або іншої інформації про агротуристичне господарство як всередині салону міського і міжміського транспорту, так і зовні — на бортах транспортних засобів. Цей вид реклами також використовується в будівлях аеропортів, залізничних вокзалів, морських та річкових портів, автобусних станцій.

Вивіска — один з обов'язкових для суб'єкта туристичної діяльності видів реклами. Будь-яке туристичне господарство повинне мати привабливий вигляд не тільки всередині, але й зовні. Вивіска зазвичай виконує дві функції: інформує клієнтів про місце розташування та створює імідж цього суб'єкта.

Засоби «директ мейл» — це прямі рекламні звернення, поширені за допомогою поштового зв'язку, електронної пошти, Інтернету, телефаксу та телефону. В туризмі вони частіше застосовуються для реклами власних потреб або для встановлення тривалих зв'язків з посередниками чи виробниками туристичних послуг і товарів.

Фантазійна реклама — це широкий спектр звернень, які створюються за допомогою залучення нетрадиційних рекламних засобів, наприклад: реклама на повітряних кулях, під час карнавалів, реклама на комп'ютерних дисках. Цей канал поширення реклами є досить цікавий, але не завжди вкладені кошти повертаються, тому застосовують його лише ті суб'єкти, які стабільно працюють та мають широку рекламу, що поширюється традиційними каналами.

Товарна реклама — це реклама через рекламні звернення, розміщені на пакувальних матеріалах, а також власна розроблена упаковка для певного виду продукції. У туризмі цей вид реклами використовується часто, незва-

жаючи на те, що основним об'єктом купівлі-продажу є не товари, а послуги, на які важко «приклеїти» рекламне звернення.

Важливою складовою рекламного заходу є його планування. Від того, наскільки правильно будуть обрані канали поширення реклами, її періодичність, направленість на певні сегменти ринку, залежить кінцевий результат заходу, окупність вкладених у рекламу коштів, отримання такого ефекту, на який розраховували рекламодавці.

Розробка рекламних матеріалів повинна бути пов'язана з групою споживачів, на яку вона розрахована. З точки зору ефективності реклами важливим фактором є місце розташування її в друкованому органі або електронних засобах масової інформації. Чоловіки більше читають або дивляться спортивні матеріали, політичні огляди, комерційні репортажі; жінки — про культурне життя, моду, кулінарію та ін. Вибір часу реклами визначається також певними факторами: кількість разів публікації або показу реклами, період року, час доби, в рекламних блоках чи окремо.

Туристична реклама можливостей господарства розпочинається, як правило, значно раніше початку сезону, поступово зростає і переходить у масовану рекламу. Практика показує, що найкращими термінами проведення рекламної кампанії є:

- для літнього відпочинку — з лютого по травень;
- для зимового — з вересня по листопад.

Розрекламований продукт має надійти до кінцевого покупця. Всі рішення та можливі фактори, пов'язані з наданням продукту, називаються дистрибуцією.

Існують два канали дистрибуції:

1) *прямий канал* (надавач послуг — турист) — виробник сам, власними силами, на свій страх і ризик, займається розміщенням та продажем власних продуктів на ринку. Позитивними сторонами є швидка передача інформації та швидкий, повний та прямий контроль за потоком продукту та встановлення конкурентно-низьких цін, можливість реакції на змінні умови попиту.

2) *опосередкований канал* (надавач послуг — посередник — споживач) використовується тоді, коли прямий продаж не приносить зиску. Посередником може виступати туристичне бюро.

Інформаційні технології просування та збуту агорекреаційного продукту в умовах глобалізації туристичного ринку. У XXI ст. понад 2/3 ринку збуту європейського агорекреаційного продукту реалізується через глобальні системи комп'ютерного підбору й подальшого бронювання агрооселі, інформацію про яку пересічний споживач отримує з мережі Інтернет.

Зараз системи просування і збуту продукції й послуг через Інтернет розвиваються у геометричній прогресії, багато в чому завдяки активній підтримці з боку урядів європейських країн і США. Щорічно в США виділяється близько 2 млрд. доларів на створення нової мережевої інфраструктури. Дослідження у галузі мережевих комунікацій фінансуються також урядами Великобританії, Швеції, Фінляндії, Німеччини.

Процеси інформатизації охопили й туристичну сферу України. Так, згідно з даними досліджень експертів служби «monitoring.ua», більшість українських користувачів мережі — це люди, які працюють, співробітники фірм, що мають доступ до мережі на роботі. Цей факт підтверджується погодинним аналізом відвідуваності мережі: найменше в Інтернет заходять у вихідні і святкові дні та вночі, а найчастіше — в робочі дні з 14-ї до 17-ї години.

Середній користувач мережі має вищу освіту (60 %), вік від 20 до 44 років (55 %), має родину і дітей (65 %) і має прибуток понад 80-100 доларів на місяць на члена родини (38 %).

Наявність власного веб-сайту або фірмової веб-сторінки — це стандарт для багатьох підприємств. На сьогодні не існує норм, які б повністю регулювали те, як повинна виглядати і що містити веб-сторінка. Проте це не означає, що таких норм взагалі не існує. Так, вони є, але мають частковий характер, і їх треба шукати в різних нормативно-правових актах. Багато залежить від того, який профіль має діяльність фірми і чому має служити веб-сайт.

У Вікіпедії можна знайти наступне визначення: «Веб-сайт (від англ. website: web «павутина, мережа» і site «місце»), буквально «місце, сегмент, частина в мережі») — сукупність електронних документів (файлів) приватної особи або організації, що об'єднана під однією адресою (доменним ім'ям або IP-адресою)». Всі сайти в сукупності складають Всесвітню павутину, де комунікація (павутина) об'єднує сегменти інформації світової спільноти в єдине ціле — базу даних і комунікації планетарного масштабу. Для прямого доступу клієнтів до сайтів на серверах був спеціально розроблений протокол НТТР.

При розробці веб-сайту необхідно знати та враховувати наступні принципи:

1) Вимоги до інформації.

Відповідно до Закону України «Про інформацію» інформацією є будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді. Закон визначає основні принципи інформаційних відносин:

- гарантованість права на інформацію;
- відкритість, доступність інформації, свобода обміну інформацією;
- достовірність і повнота інформації;
- свобода вираження поглядів і переконань;
- правомірність одержання, використання, поширення, зберігання та захисту інформації;
- захищеність особи від втручання в її особисте та сімейне життя.

Кожен має право на інформацію, що передбачає можливість вільного одержання, використання, поширення, зберігання та захисту інформації, необхідної для реалізації своїх прав, свобод і законних інтересів. Реалізація права на інформацію не повинна порушувати громадські, політичні, економічні, соціальні, духовні, екологічні та інші права, свободи і законні інтереси інших громадян, права та інтереси юридичних осіб.

Не допускається збирання, зберігання, використання та поширення конфіденційної інформації про особу без її згоди, крім випадків, визначених за-

коном, і лише в інтересах національної безпеки, економічного добробуту та захисту прав людини. До конфіденційної інформації про фізичну особу належать, зокрема, дані про її національність, освіту, сімейний стан, релігійні переконання, стан здоров'я, а також адреса, дата і місце народження.

2) Захист авторських прав.

Об'єктами авторського права відповідно до Закону України «Про авторське право і суміжні права» є, зокрема:

- літературні письмові твори белетристичного, публіцистичного, наукового, технічного або іншого характеру (книги, брошури, статті тощо);
- комп'ютерні програми;
- бази даних;
- музичні твори з текстом і без тексту;
- аудіовізуальні твори;
- твори образотворчого мистецтва;
- твори архітектури, містобудування і садово-паркового мистецтва;
- фотографічні твори, у тому числі твори, виконані способами, подібними до фотографії;
- ілюстрації, карти, плани, креслення, ескізи, пластичні твори, що стосуються географії, геології, топографії, техніки, архітектури та інших сфер діяльності.

Необхідно враховувати, що використання творів програмістів, такі як веб-браузери, лічильники відвідувань та інше, а також фотографії та зображення, музикальні доріжки, тексти та ін. підпадають під дію вищезазначеного Закону.

3) Захист персональних даних.

Закон України «Про захист персональних даних» визначає, що персональні дані — це відомості чи сукупність відомостей про фізичну особу, яка ідентифікована або може бути конкретно ідентифікована. Власник бази персональних даних (іменованої сукупності упорядкованих персональних даних в електронній формі та/або у формі картотек персональних даних) — фізична або юридична особа, якій законом або за згодою суб'єкта персональних даних надано право на обробку цих даних, яка затверджує мету обробки персональних даних у цій базі даних, встановлює склад цих даних та процедури їх обробки, якщо інше не визначено законом. Персональні дані, крім знеособлених персональних даних, за режимом доступу є інформацією з обмеженим доступом. Поширення персональних даних — це дії щодо передачі відомостей про фізичну особу з баз персональних даних за згодою суб'єкта персональних даних.

4) Захист від недобросовісної конкуренції регулюється Законом України «Про захист від недобросовісної конкуренції». Відповідно до цього Закону неправомірним є використання імені, комерційного (фірмового) найменування, торговельної марки (знака для товарів і послуг), рекламних матеріалів, оформлення упаковки товарів і періодичних видань, інших позначень без дозволу (згоди) суб'єкта господарювання, який раніше почав використовувати їх або схожі на них позначення у господарській діяльності, що призвело чи може призвести до змішування з діяльністю цього суб'єкта господарювання.

Недобросовісною конкуренцією вважається поширення інформації, що вводить в оману, є повідомлення суб'єктом господарювання, безпосередньо або через іншу особу, одній, кільком особам або невизначеному колу осіб, у тому числі в рекламі, неповних, неточних, неправдивих відомостей, зокрема внаслідок обраного способу їх викладення, замовчування окремих фактів чи нечіткості формулювань, що вплинули або можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання (замовлення) чи реалізації (продажу, поставки, виконання, надання) товарів, робіт, послуг цього суб'єкта господарювання.

Процес створення веб-сайту.

Зазвичай оцінюється кінцевий результат роботи — веб-сайт, який функціонує. Тільки тоді, коли починають аналізуватись проблеми, що в ньому з'являються, виникає питання про їх походження. Майже завжди головною причиною проблем є відсутність специфікації або слабка специфікація сайту. Відсутність документації, яка ясно визначає, що повинно бути на сайті, призводить до ситуації, коли виконавці окремих етапів робіт створюють напівпродукти, що не відповідають загальній концепції. У результаті виникає «брак», який ніхто не хоче визнавати, як своє недопрацювання. У випадках великих веб-сайтів (корпоративних) у роботах беруть участь багато осіб і координація їх діяльності без чіткого визначення мети неможлива. Добра документація веб-сайту повинна містити:

- опис стратегії та мети, для якої призначено сайт;
- короткий аналіз конкурентних рішень;
- проект структури Інтернет-сторінки з описом елементів, з яких вона складатиметься;
- функціональні проекти (макети) головної сторінки і найважливіших підсторінок;
- опис (схеми, словесний опис, випадки використання) інтерактивних елементів, що входять до складу сайту;
- нарис графічної концепції, на якій базуватиметься;
- графік проекту з визначеними етапами створення сайту та поділом завдань між клієнтом і виконавцем;
- опис можливих точок інтеграції сайту з зовнішніми системами;
- технологічні передумови (технології та стандарти, на яких він повинен базуватися).

Управління контентом (змістом) веб-сайтів. Питання, пов'язані з управлінням контентом у широкому значенні цього слова, не є досить непростими. Як кількість інформації і рівень складності послуг в аспектах безпеки, інтеграції з прикладними веб-програмами, так і необхідність управління багатьма форматами, мовними версіями, або одночасно, а що найважливіше — цілісно подавати інформацію багатьма різними каналами дистрибуції (Інтернет, Інтранет, електронна пошта — інформаційні бюлетені і підписки, файли для завантаження) — це фактичні виклики.

А до того ж, все це в ієрархічній структурі організацій з центральним управлінням, часто з великою кількістю підлеглих одиниць. Нижче наведені

характеристики доброї системи, а також проблеми, з якими можемо зустрітись під час створення сайту.

Управління контентом — характеристики доброї системи:

- розмежування елементів презентації і змісту (без необхідності залучати IT-спеціалістів для обслуговування змістового наповнення);

- управління ієрархічною структурою (багато інформаційних сервісів, різних мов, багато редакторів змісту);

- простий, інтуїтивний інтерфейс користувача (редактор типу WYSIWYG («What-You-See-Is-What-You-Get»), обслуговування через браузер);

- управління профільною комунікацією (підписки, інформаційні бюлетені);

- управління процесами (механізм workflow — автоматизація процесу створення і публікації змісту);

- надання доступу до веб-форм (інструменти, призначені для створення, публікації та управління веб-формами on-line);

- збереження усіх елементів сайту в базі даних (як інформаційне наповнення, так і спосіб подання — layout);

- забезпечення безпеки доступу і підтримки версій (контроль доступу, історія змін, ідентифікація тих, хто вносить зміни, можливість повернути попередні версії — roll-back);

- еластичність системи (можливість вносити будь-які графічні та функціональні зміни сайту без необхідності модифікувати інформаційне наповнення та можливість довільної функціональної та інформаційної розбудови сайту без необхідності модифікувати систему);

- інтеграція з офісним та аплікаційним програмним забезпеченням (Microsoft Word, Excel, Visio, Adobe Acrobat);

- відкрита архітектура (наприклад, XML) та інтеграція з іншими технологіями (портальні платформи, аплікаційні сервери, аплікації back-end — IBM Websphere Portal, Bea Weblogic...);

- цілісність змісту в усіх місцях презентації (дозволяє уникнути надмірності даних — той самий зміст, представлений одночасно у багатьох місцях і в різних форматах);

- підтримка групової роботи (різні групи, що працюють над одним змістом);

- підтримка у створенні статистики використання сайту (аналіз популярності веб-сторінок, статистика завантажень файлів).

Управління контентом — типові проблеми:

- велика кількість документів (інформація, туристичні пропозиції, фотографії, карти...);

- різні формати документів (текст, мультимедійні файли, таблиці, бланки...);

- багато мовних версій документів (англійська, німецька, французька, іспанська...);

- представлення у багатьох місцях і каналах поширення (Інтернет, файли для скачування, електронна пошта — інформаційні бюлетені);

- належна публікація і актуалізація змісту: з багатьох місць (багато різних контент-провайдерів), зі збереженням попередніх версій (підтримка версій, можливість повернутися до попередньої версії);

- залучення IT-спеціалістів для обслуговування сайту (актуалізація змісту, зміна вигляду);

- представлення інформації, яка походить із зовнішніх систем (курси валют Нацбанку, системи бронювання ...);

- складний процес погодження інформації для публікації;

- забезпечення інтегральності представленої і переданої інформації («дірки на сайтах»);

- управління ієрархічною структурою розпорощених сайтів (центральні сайти, місцеві сайти).

Використання Інтернету в туристичній індустрії.

Різноманітний, з постійним вдосконаленням, спектр систем та інформаційних послуг стає не тільки популярним, але й необхідним для різноманітних суб'єктів, які діють у туризмі, для того, щоб вони відповідали вимогам сучасного висококонкурентного ринку. Попит і пропозиція на ринку туристичних і готельних послуг сьогодні значною мірою формуються з допомогою сучасних інформаційних систем, а особливо за допомогою Інтернету, що найбільш динамічно розвивається серед галузей інформаційних послуг.

Туристична галузь щоразу частіше і більш охоче використовує шанси, які створює для неї Інтернет для потреб функціонування різних сфер туризму, а зокрема: презентація туристичними агентствами, а також виробниками туристичних продуктів своєї пропозиції, створення можливості для Інтернет-користувача її перегляду в будь-який час і в будь-якому місці, подивитись фотографії, дізнатись про доступні туристичні атракції, отримати інформацію електронною поштою і забронювати вибрану послугу.

Туристичні агентства в Інтернеті — це новий тип посередників у туризмі, які використовують виключно або переважно Інтернет як інструмент бронювання і поширення послуг, існує можливість оплати за послугу з допомогою банківських переказів або платіжних карт.

Глобальні системи бронювання (GDS — Global Distribution Systems) туристичних послуг (продукти багатьох авіаліній, готелів, а також фірм, які надають в оренду автомобілі) своєю діяльністю охоплюють майже увесь світ, завдяки чому відіграють важливу роль в індустрії туризму. Користування цими системами вимагає від користувача (туристичних агентств) покупки ліцензії, програм, щомісячної оплати за користування терміналом, а також спеціалізованого навчання персоналу, що підтверджується сертифікатом.

Інтернет впливає також на маркетингову діяльність туристичних фірм, створює шанс для кращого пристосування міксмаркетингу до потреб споживачів, дозволяє клієнту краще ознайомитися з даною послугою, а тим самим збільшує шанс її продажу. Окремі суб'єкти мають доступ до пропозицій конкурентів і можуть, таким чином, реалізовувати ефективну цінову політику.

Електронний маркетинг. Загальне поняття е-маркетингу включає в себе використання Інтернету з метою рекламування продуктів або послуг фірми.

В нашому випадку маємо на увазі Польщу, як продукт, що рекламується, а також туристичні послуги в широкому розумінні слова, доступні на території нашої держави. Електронний маркетинг використовує перш за все можливість донесення інформації до мільйонів потенційних отримувачів (туристів) при відносно низьких витратах.

Починаючи з 2001 року, електронний маркетинг стає пріоритетною галуззю рекламної діяльності багатьох європейських національних туристичних організацій. Сильний акцент робиться на реалізації завдань і заходів, пов'язаних з використанням найсучасніших технологій, які відіграють щораз більшу роль у вимогах, що ставить інформаційне суспільство. Залежно від наявних організаційно-фінансових можливостей, окремі національні організації виділяють у своїй структурі одиниці ICT (Information and Communications Technology), що відповідають за розвиток сучасних туристичних порталів і використання технологій нового покоління для реклами. Важливим став інтерактивний контакт зі споживачем у повному доступі (24 год./7 днів) в кожному місці перебування і з якісним інформаційним сервісом та спектром персоналізації пошуку даних. Тому е-маркетинг повинен сприйматись як один із найбільш перспективних і ефективних методів популяризації країни.

Сфера діяльності електронного маркетингу:

- планування і реалізація рекламних кампаній всередині сервісу;
- підтримання постійної співпраці з туристичними організаціями і туристичною галуззю;

- аналіз і моніторинг руху користувачів на сторінці;

- актуалізація контенту, що публікується;

- обслуговування запитань з portalу;

До подальшої сфери дій електронного маркетингу можна зарахувати:

- покращення функціональності і контенту portalу;
- проведення постійних маркетингових досліджень, а також моніторинг рівня задоволення користувачів portalу;

- створення системи CRM (Customer Relationship Management) (система управління відносинами з клієнтами);

- створення і управління Call (Contact) Center;

- використання сучасних технологій з метою е-маркетингу (GPS, GPRS, PDA, HTML і т.д.).

Маркетингові дослідження. Регулярні дослідження мають на меті визначити потенційних туристів, а також знайти найкращий спосіб доступу до них через відповідний підбір контенту.

Інші джерела пошуку даних про туристів у країні:

- передплата на інформаційні бюлетені і періодичні видання;

- анкети на порталax;

- запитання, що надходять до адміністратора portalу;

- запитання з Call (Contact) Center;

- моніторинг руху користувачів на сторінках portalу.

Call Center — туристична інфолінія як для внутрішнього, так і для іноземного туриста, доступна 24 години на добу, в різних мовних версіях.

Пропоновані послуги:

- Система IVR (Integrated Voice Response) служить для приготування готових оголошень, основної туристичної інформації, поділ на черги до Call Center згідно з визначеною структурою, наприклад, вибір мови, регіону або міста і т.д.

- LiveChat — це Інтернет-рішення, що діє за принципом комунікатора он-лайн. Послуга дає можливість, окрім іншого, безпосереднього контакту з працівником Call Center або доступу до рекламних матеріалів, файлів і т.д.

Використання сучасних технологій. GPS — це система супутникової навігації. Розширення баз даних інформацією щодо географічних даних, прив'язаних до об'єктів. Це дасть можливість поширити функціональність системи за допомогою тематичних цифрових карт.

Туристична інформація. При створенні інформаційних сторінок слід звернути увагу на:

- зміст інформації (описи, календар подій, карти, путівники, цікавинки, повідомлення, пропозиції екскурсій і т.д.);

- презентацію (графічні рішення, як представляються тексти, «перевантаження» сторінки);

- легкість пошуку інформації (внутрішні пошукові системи, системи електронних посилань, лінки до домашніх сторінок);

- мови (до кого адресується сторінка: чи тільки переклади чи в іншій мовній версії сторінка повинна бути спрямована на іншого адресата — інші тексти);

- мультимедійні знаряддя (галерея фотографій, фільми, віртуальна прогулянка, веб-камери, шпалери).

Агротуризм в Інтернеті. Можливості, які надає користувачеві сучасний Інтернет-простір, безцінні і дозволяють вивчати кращий сучасний досвід у сфері агротуризму, не виходячи з офісу або дому.

Нижче наведені офіційні веб-сайти національних агротуристичних організацій тих країн, в яких цей вид туризму набув найбільшого розвитку. З їх допомогою можна самостійно вивчати європейський досвід організації сільського туризму, знайомитися зі здобутками у цій сфері, налагоджувати партнерські контакти з закордонними асоціаціями, підприємцями і туроператорами сільського туризму. Зрештою, кожен з наведених сайтів пропонує умови прямого маркетингу, тобто можливості через сайт підшукати і забронювати для себе агрооселю у будь-якому регіоні Євросоюзу.

Національні організації сільського туризму та агротуризму країн Європи у кінці 1990-х рр. об'єдналися в Європейську федерацію фермерського та сільського туризму (European Federation for Farm and Village Tourism). Скорочена назва федерації — «EuroGites».

Основною метою федерації EuroGites визначено:

- всебічну популяризацію цінностей відпочинку в сільській місцевості;
- вивчення та збереження потенціалу сільського туризму в Європі;
- сприяння розвитку сільського зеленого туризму в усіх аграрних районах Європи;
- запровадження принципів сталого туризму для різних форм організації відпочинку у сільській місцевості;

- цільове інвестування проектів розвитку сільського туризму, які підтримують принципи збереження біотичного, ландшафтного й етнокультурного різноманіття Європи та сприяють росту зайнятості сільських громад;
- надання різноманітної (передусім, консультативної, маркетингово-рекламної, навчально-тренінгової тощо) допомоги організаторам сільського зеленого туризму.

Країна	Офіційний веб-сайт національних організацій сільського туризму та агротуризму
Австрія	http://www.farmholidays.com
Австралія	http://www.agritours.com http://www.caloundraaccommodation.com www.farmstayholidays.com.au
Бельгія	http://www.gitesdewallonie.net
Болгарія	www.alternative-tourism.org
Бразилія	http://www.abtr.com.br
Великобританія	www.visitbritain.com www.farmstayuk.co.uk www.bedandbreakfastnationwide.com
Греція	www.guestinn.com
Данія	www.bondegaardsferie.dk
Ірландія	http://www.country-holidays.ie
Ісландія	www.farmholidays.is
Іспанія	http://www.raar.es www.ecoturismorural.com
Італія	http://www.agriturist.it
Кіпр	www.agrotourism.com.cy
Латвія	http://www.celotajs.lv www.traveller.lv
Литва	http://www.lithuaniancountryside.com www.atostogos.lt
Люксембург	http://www.ont.lu www.gites.lu
Мексика	http://www.guestranch.com
Нідерланди	http://www.dutch-farmholidays.com
Нова Зеландія	http://www.ruraltours.co.nz
Норвегія	www.bbnorway.com www.norsk-bygdeturisme.no
Польща	www.agritourism.pl
Румунія	http://www.antrec.ro
Сербія	www.cenort.org.yu
Словаччина	www.agroturist.sk
Словенія	www.slovenia-tourism.si/?podezelje l=0
США, Канада	http://www.duderranchvacations.com http://www.vacationranches.com
Україна	http://www.greentour.com.ua
Фінляндія	www.lomarengas.fi
Франція	http://www.gites-de-france-47.com www.gites-de-france.com
Чехія	www.accommodation.cz www.eceat.cz
Хорватія	www.istra.hr
Швейцарія	www.bauernhof-ferien.ch
Швеція	http://www.bopalangard.org

З основними напрямками діяльності EuroGites можна детальніше ознайомитися, завітавши на офіційний веб-сайт цієї міжнародної організації (<http://www.eurogites.org>).

Участь у туристичних виставках (ярмарках).

Виставки корисні, і не тільки для експонентів. На них варто ходити, щоб зібрати інформацію про конкурентів і дізнатися більше про загальні тенденції на ринку. Прийняття рішення про участь у виставці в якості експонента має враховувати певні рекомендації, які напрацьовані світовою практикою.

Вибір виставки. Безумовно, виставки для широкої публіки відрізняються від галузевих; крім того, є відмінності між виставками, що проходять в різних країнах. Виставки надають відмінну можливість для встановлення нових контактів і просування вашого продукту — ознайомлення з ним ширшої публіки. Якщо ви вирішите орендувати стенд на виставці, підготуйтеся заздалегідь. Проаналізуйте, чи знаходиться виставка в тому регіоні (країні), який приверне ваш цільовий ринок? Кому вона адресована — споживачам або туристичній галузі? Який її формат?

Участь у виставках обходиться недешево, з цим пов'язано багато додаткових витрат, які вам потрібно буде взяти до уваги. Окрім оплати місця на виставці, необхідно включити до бюджету вартість самого стенду, експозиційних матеріалів, можливі додаткові витрати на килими, стільці, столи і освітлення, транспортування на місце проведення виставки і назад, а також на відрядження.

Якщо ви будете ділити свій стенд з іншими компаніями, то витрати на нього, очевидно, знизяться, крім того, це може зробити ваш стенд привабливішим для потенційних відвідувачів. На менш сталих ринках вигідно об'єднуватися з іншими постачальниками. Наприклад, стенд, на якому представлені місця проживання і харчування туристів, визначна пам'ятка, екскурсійна і розважальна програми, буде більш корисним для відвідувачів, оскільки, відвідавши один такий стенд, можна відразу придбати готовий пакет продуктів. Завжди запитуйте у організаторів виставки, які можливості для промоушн і устаткування включені в ціну. Багато хто надає можливості для піар через власний прес-офіс виставки, а також організують конференції, в яких ви, ймовірно, зможете взяти участь.

Встановлення планових показників. Чому ви хочете брати участь у виставці? Щоб підвищити рівень обізнаності про ваше місце призначення або продукт? Щоб встановити нові контакти або відновити що існують? Щоб фактично підписати контракти або отримати замовлення? Яка б не була причина, не задовольняйтеся тим, щоб розглядати участь у виставці тільки як «корисний захід-піар». Якщо все, що дають виставки, це лише можливість створити мережу і обмінятися історіями з колегами і відвідувачами, то ви, безумовно, зможете знайти більш дешеві способи зробити це.

Так само, як і у разі багатьох інших видів діяльності по просуванню продукту на ринок, нерідко буває важко оцінити ефективність участі у виставці. Здійснювати моніторинг виставок буде легко, і ви зможете забезпечити

залучення більшого числа відвідувачів, якщо визначите реальну мету своєї участі у виставці.

Це повинні бути не просто базова мета — підвищення обізнаності або встановлення нових контактів; потрібно встановити такі планові результати, щоб можна було визначити, вдалося їх досягти чи ні. Ви можете запустити новий продукт, влаштувати «урочисту презентацію» нової брошури або організувати просування спеціального пакету. Наприклад, агросадиба може об'єднати сили з місцевою визначною пам'яткою і запропонувати ціну, в яку «все включено».

Дизайн стенду. Деякі експоненти прагнуть передати всі можливі сигнали продажів за допомогою свого стенду на виставці, представляючи різноманітні ілюстрації, що не створюють сильного враження про що б то не було. Дві або три високоякісні великі фотографії або декілька транспарантів будуть набагато ефективніші, ніж невиразна віялова експозиція різних листівок.

Заздалегідь продумайте, що є цільовим ринком і, яке послання буде для нього найцікавіше. Поклопочіться, щоб ваша експозиція несла в собі саме цей сигнал, і постарайтеся не перенавантажувати його, пропонуючи разом з ним інші ілюстрації. Неодмінно зробіть так, щоб ваші фотографії доносили до відвідувачів виставки сильні сторони вашого продукту. Інший варіант: приверніть увагу, показуючи ілюстрації і знімки, які вони, швидше за все, не розраховували побачити.

Підбір персоналу для виставки. Підбір персоналу для виставки матиме важливе значення. Ці особи повинні бути достатньо представницькими і мати досвід, необхідний для ефективного ведення переговорів, але, крім того, вони повинні бути енергійними, наповнені ентузіазмом, а найголовніше — повинні уміти поводитися з людьми, особливо, якщо участь у виставці розрахована на широку публіку.

Важливо, щоб співробітники, що працюють на виставці, робили нотатки про контакти, які у них відбулися. Користі від купи візитних карток завжди більше, якщо на їх зворотній стороні вказано, яким це був контакт і що даній людині потрібно.

Ви досягнете більшого успіху, якщо ставитимете відкриті питання, які дозволять отримати інформацію від відвідувачів, а потім продати їм свій продукт. Необхідно пам'ятати, що вони прийшли зібрати інформацію і, ймовірно, зробити придбання. Надайте їм можливість зробити це — погоджуйте подальші кроки, наприклад, що ви пришлете інформацію або організуєте з ними зустріч. Поклопочіться про те, щоб неодмінно виконати те, про що ви домовилися.

Ще одним важливим аспектом участі у виставці є можливість зібрати «розвідані» про ринок. Ви і ваші співробітники зможете дізнатися, що роблять конкуренти, і отримати їх рекламну продукцію. Ви можете також зібрати інформацію про загальний стан ринку і використовувати коментарі відвідувачів для поліпшення своєї роботи.

Роздаткові матеріали. Матеріали і інформація, яку ви берете на будь-яку виставку, повинні бути підібрані відповідно до типу виставки і ваших цілей. Якщо це зарубіжна виставка, вам необхідно забезпечити переклад хоч би частини матеріалів.

Якщо ви їдете на галузеву виставку, не слід чекати, що відвідувачі захоплять з собою ваші товсті пакети глянтових рекламних матеріалів. Під кінець вони будуть роздратовані, з утомленими від тяжкості руками і, як правило, прагнутимуть полегшити свою ношу, звільнившись від частини матеріалів. Немає також ніякої гарантії, що після того, як відвідувачі виставки притягнуть ці важкі сумки додому, всі матеріали врешті-решт опиняться в їх офісі. Але і після того, як пакети з привезеними з виставки брошурами опиняться в офісі, брошури «мають звичку» залишатися в стосі на чіємусь-небудь столі без жодного застосування.

Набагато краще узяти з собою всього лише декілька пакетів вичерпних рекламних матеріалів і підготувати зручний інформаційний листок, що складений з урахуванням особливостей даної виставки і містить всю необхідну інформацію. Попросивши у відвідувача контактну інформацію, ви після закінчення виставки обов'язково повинні якнайскоріше відіслати саме дійсно потрібну йому інформацію. Це дасть вам можливість справити враження на потенційних клієнтів ефективністю своєї роботи і в той же час дозволить скласти базу даних.

Використання виставок для піар. Вам необхідно отримати максимальну користь від участі у виставці. Для цього важливо здійснювати діяльність по промоушн в комплексі: виставка повинна бути складовою частиною вашої піар-кампанії і навпаки.

Організатори багатьох виставок поширюють рекламні запитальники, що використовуються як основа для отримання більшої частини відомостей, які ще до початку виставки розсилаються до засобів масової інформації. Це забезпечує висвітлення в пресі і спонукає журналістів відвідати виставку. Якщо ви отримали рекламну анкету, не кладіть її в свою теку, а невідкладно заповніть. Це ваша можливість отримати безкоштовну рекламу, так що не упустіть її.

У такого роду анкетах вас часто просять дати опис вашої діяльності об'ємом в 50–100 слів. Коли рахуєш кожне слово, йде багато часу на те, щоб скласти і довести до досконалості такий короткий опис. Корисно мати кілька заготовок, які, як ви переконаєтеся, можна буде використовувати для багатьох подібних анкет.

Складіть власний перелік засобів масової інформації, з якими необхідно налагодити контакт, і поклопочіться про те, щоб зв'язатися з ними ще до початку виставки. Якщо ви звертаєтеся в щомісячні галузеві журнали, пам'ятаєте, що у багатьох випадках вони повинні отримати інформацію по питаннях освітлення майбутньої виставки не менше, чим за три-чотири місяці. Не забудьте включити в свій перелік місцеві видання, особливо, якщо ви запускаєте новий продукт. Вони схильні друкувати новини про місцеві компанії і організації.

Відомо, що виставки породжують масу неприродних фотографій в рекламних цілях, — і, на подив, багато хто з них все-таки публікує. Продумайте можливість фотографування для вашої організації.

Скоріш за все на виставці працюватиме прес-бюро, в яке ви можете доставити свої пакети інформації для преси. Якщо ви плануєте якого-небудь

роду спеціальний захід, фотографування або запуск нового продукту, то неодмінно завчасно повідомите про це представників виставки, паблісіті, що займаються питаннями, щоб вони могли оповістити про це інших людей.

Усередині пакету для преси повинні бути короткі прес-релізи, складені спеціально для даної виставки, відповідні фотографії та інформаційні матеріали.

КРОК 10. ОБ'ЄДНАННЯ РЕСУРСІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ АГРОТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Професійні об'єднання суб'єктів агротуристичної діяльності. З давніх часів представники однієї професії або сфери діяльності об'єднувалися організаційно, а часто і фінансово, з метою встановлення спільних норм і правил господарської діяльності, захисту своїх прав, лобювання певних корпоративних інтересів, вирішення інших спільних завдань. Одним з розповсюджених видів таких об'єднань були гільдії (від нім. *Gilde*— об'єднання купців) та артілі, які розрізнялися по рівнях залежно від розміру капіталу.

Об'єднання організаційних, технічних, фінансових та інших ресурсів для вирішення спільних завдань залишається найактуальнішим завданням суб'єктів господарювання і в сучасних умовах.

Так, ст. 28 Закону України «Про туризм» визначає, що учасники відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, — юридичні особи та громадяни, які надають туристичні послуги, залежно від мети можуть утворювати об'єднання підприємств, що є юридичними особами чи без створення юридичних осіб, або вступати в такі об'єднання в порядку, визначеному Господарським кодексом України та іншими законами.

З метою реалізації та захисту своїх прав і законних інтересів у галузі туризму суб'єкти туристичної діяльності можуть створювати неприбуткові організації у сфері туристичної діяльності в порядку, визначеному Цивільним кодексом України, Законом України «Про об'єднання громадян», іншими законами.

Громадяни України, іноземці та особи без громадянства з метою реалізації та захисту прав і законних інтересів можуть об'єднуватися в громадські організації туристичної спрямованості.

Неприбуткові організації в галузі туризму можуть спрямовувати свою діяльність на:

- формування і поширення інформації про туристичні ресурси України;
- підготовку пропозицій щодо розвитку туризму, курортно-рекреаційної сфери, охорони туристичних ресурсів України, їх збереження та відновлення, порядку використання;
- популяризацію туризму і сприяння його розвитку;
- розробку власних стандартів туристичного, готельного, екскурсійного та іншого обслуговування, схвалення кодексів ustalеної практики та правил професійної етики;
- впровадження власних систем контролю якості здійснення туристичної діяльності;

- пропонування для спільного використання юридичними особами та громадянами-підприємцями, що надають туристичні послуги, знаків для товарів і послуг;

- вдосконалення освітніх програм з професійного навчання в галузі туризму, підвищення рівня професійної підготовки працівників і фахівців у галузі туризму;

- саморегулювання в галузі туризму;

- реалізацію та захист спільних прав і інтересів учасників туристичної діяльності;

- вирішення інших завдань, що не суперечать законодавству України.

Громадські організації туристичної спрямованості можуть відповідно до закону представляти інтереси громадян — споживачів туристичних послуг.

Одним з прикладів ефективного втілення вищезазначених принципів є Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні, яка є всеукраїнською громадською організацією, створена на основі спільності інтересів громадян, які об'єднуються для виконання мети та завдань, передбачених її Статутом:

- популяризації сільського зеленого туризму, як виду відпочинку;

- сприяння розвитку сільської інфраструктури;

- виховання поваги до краси рідного краю, гостинних мешканців сільської місцевості, існуючого культурного та історичного надбання українського народу;

- сприяння підвищенню зайнятості сільського населення.

Починаючи з 1997 року, Спілкою засновано науково-популярний журнал «Туризм сільський зелений», реалізовано понад 30 проєктів за підтримки міжнародних фондів, зокрема, Міжнародного фонду «Відродження», фонду Євразія, програми ЄС ТАСІС, Британської Ради та інших, створено базу даних садіб сільського туризму України, видано каталог кращих садіб «Українське село запрошує», розроблено та впроваджено добровільне екологічне маркування садіб сільського туризму «Зелена садиба» та Програму добровільної категоризації «Українська гостинна садиба». Спілка активно лобювала прийняття правових норм щодо залучення незайнятого сільського населення до діяльності у сфері сільського туризму, включення сільського туризму до плану заходів державної підтримки розвитку, а також законодавчого закріплення права власника особистого селянського господарства надавати послуги у сфері сільського зеленого туризму з використанням майна цього господарства у Законі України «Про особисте селянське господарство».

Іншим прикладом роботи об'єднання громадян вже на місцевому рівні є Херсонська міська громадська організація «Ліга ділових та професійних жінок», яка створена 2001 року з метою захисту та лобювання соціальних і економічних спільних інтересів своїх членів; сприяння місцевим, регіональним, загальнодержавним та міжнародним програмам, що спрямовані на поліпшення соціально-економічного становища в Україні, розвиток самоврядування населення, становлення гендерної рівності; профілактику антисоціальних явищ у громаді, розвиток суспільної активності громади.

Основними напрямками роботи Ліги є:

- *освітньо-програмна діяльність*: розробка та проведення навчальних тренінгів та семінарів для початківців-підприємців, організація та проведення освітніх програм, навчальних курсів для дорослих. Впровадження програм з розвитку лідерських якостей жінок, програм спрямованих на профілактику негативних проявів в суспільстві;

- *організаційно-консультативна діяльність*: надання консультаційних, інформаційних та юридичних послуг, впровадження програми «швидкої допомоги» з питань підприємницької діяльності, організація та проведення круглих столів, конференцій, семінарів, громадських слухань; конкурсів, публічних та масових заходів.

Завдяки участі Ліги у реалізації ряду проектів і програм в Херсонській області та її активній взаємодії з органами державної влади та місцевого самоврядування було здійснено ряд важливих заходів, зокрема:

- в стратегічний план розвитку Херсонської області до 2015 року вперше внесено галузь сільського зеленого туризму як операційну ціль;

- розроблено спеціалізовану систему категоризації сільських господарств, які займаються сільським туризмом під назвою «Коши Таврії», яка рекомендована для застосування державними виконавчими органами у галузі туризму;

- створено обласний Бізнес — інкубатор з розвитку сільського зеленого туризму в Херсонській області;

- проведено бізнес-полігон «Таврійський літник», вперше забезпечило апробацію господарств «Білозір'я», «Червоні озера», «Калинові острови», «Щедра криниця», «Збур'ївські грибниці» та інш. щодо технології прийому гостей, а також вихід за межі області комплексної туристичної пропозиції з єдиною стратегією «Херсонщина — центр українського Причорномор'я, еталон недоторканості і чистоти, європейський осередок унікальної степової культури, стабільного економічного розвитку, високої якості життя і гостинності мешканців».

За результатами навчальних заходів реальна кількість садіб сільського зеленого туризму збільшилася на 29 одиниць. Семінарами та тренінгами охоплено більше ніж 200 чоловік з сільської місцевості Херсонщини.

Взаємодія суб'єктів агротуристичної діяльності з органами державної влади та місцевого самоврядування. Український туризм на теперішній час функціонує в умовах жорсткої світової конкуренції. Будучи важливою складовою економіки нашої держави як фактор, що не лише залучає до вироблення туристичного продукту більшість галузей вітчизняної економіки, а й стимулює їх розвиток, туристична сфера вимагає ґрунтовних науково-методичних досліджень, зокрема, аналізу нинішнього стану розвитку, вирішення різноманітних проблем державного регулювання, прогнозування та запобігання можливим ризикам та загрозам. Теперішній стан туризму в Україні потребує негайного вдосконалення механізмів державної туристичної політики.

Розглядаючи досвід іноземних країн, можна констатувати, що динамічний розвиток туристичної сфери на пряму залежить від сприйняття на рівні

держави важливості туризму та тих важелів державної підтримки, які вже використовуються. За рекомендаціями Всесвітньої туристичної організації сучасний стан розвитку туризму, в першу чергу, потребує державної підтримки, а вже потім приватного сектору. Сприяння розвитку туристичної сфери повинно здійснюватися з урахуванням його місця в економіці країни.

В останні десятиліття росте активність використання всіляких форм партнерства держави і приватного бізнесу в різних галузях в багатьох країнах, як економічно розвинених, так і тих, що розвиваються. Особливий інтерес ця практика викликає в пострадянських державах. Це пояснюється значними прикладами успішного вирішення проблем не тільки в галузях інфраструктури (транспорті, житлово-комунальному господарстві, медицині, освіті і ін.), але і в стратегічних сферах, що раніше знаходилися виключно в державній монополії (наприклад, військові і космічні розробки). У західній практиці така взаємодія держави і приватного бізнесу отримала назва Public-Private Partnership (PPP) — державно-приватного партнерства.

Можна виділити ряд основних рис в розумінні такого партнерства:

- 1) модель взаємодії держави і приватного бізнесу припускає об'єднання їх зусиль і ресурсів (зокрема сильних сторін і переваг);
- 2) між учасниками партнерства має місце розподіл ризиків;
- 3) метою створення партнерств є реалізація найбільш суспільно значущих проєктів;
- 4) взаємодія держави і приватного капіталу припускає довгострокову основу;
- 5) предметом партнерства є розвиток, використання і управління державною і муніципальною власністю.

Участь приватного капіталу в реалізації таких проєктів вимагає закріплення партнерства як особливого виду взаємодії держави і бізнесу, що приводить до необхідності істотних інституційних змін усередині самої системи відносин «влада (держава) — бізнес». Такі зміни припускають розширення участі приватного капіталу у виконанні деяких економічних, управлінських, а іноді і організаційних функцій. При цьому важливо забезпечити роль держави не тільки як основного регулятора взаємодій з бізнесом, але і як представника і захисника інтересів та потреб громадськості. Слід вказати, що в ієрархії державної влади, партнером приватного капіталу можуть виступати не тільки центральні, але і регіональні, місцеві органи влади.

В загальному розумінні під державно-приватним партнерством можна розуміти будь-які форми взаємодії держави і приватного капіталу, що припускають тимчасову передачу бізнесу з боку держави певних повноважень по проєктуванню, будівництву, управлінню і фінансуванню для надання послуг державного сектора на основі укладених типових контрактів.

Переваги такого партнерства очевидні. Досвід у Великобританії, Нідерландів, Іспанії, Португалії, Греції свідчить про економію державних коштів від 10 до 20% при передачі об'єктів інфраструктури в концесії приватному капіталу. Підвищується якість послуг, що надаються суспільству, а зростання капіталу, що інвестується, у галузі інфраструктури приводить до підвищення її

конкурентоспроможності. Велике значення також має збереження і зростання робочих місць, що позитивно впливає на соціальну стабільність в суспільстві.

Як свідчить практика, інститут державно-приватного партнерства може забезпечувати вирішення ряду найважливіших завдань розвитку стратегічно важливих галузей, соціально значущих об'єктів і окремих регіонів країни. Зокрема, однією із стратегічно найважливіших галузей будь-якої держави є туризм.

Як зазначається в Державній програмі розвитку туризму на 2002-2010 роки, туристична галузь набуває дедалі більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери в Україні, стрімко інтегрується у світову туристичну індустрію. Пріоритетний напрям розвитку в'їзного та внутрішнього туризму є важливим чинником підвищення якості життя в Україні, утворення додаткових робочих місць, поповнення валютних запасів держави та підвищення її авторитету на міжнародній арені.

Розвиток туризму в Україні істотно впливає на такі сектори економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку, і є одним з найбільш перспективних напрямів структурної перебудови економіки. У свою чергу, важливими факторами розвитку туристичної галузі є природно-рекреаційний та історико-культурний потенціал країни.

Розвиток туризму та рекреації є одним з напрямків державної підтримки для вирішення стратегічних завдань в рамках Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2015 року. Для диверсифікації економічної діяльності велике значення має розвиток сфери туризму та різних форм відпочинку.

Економічне зростання, структурні зміни в економіці та активізація міжнародних контактів сприяють розвитку сектору послуг. При цьому велику роль відіграють природні та культурні особливості територій. Розвиток туризму, зокрема сільського, може бути вагомим чинником зростання рівня зайнятості населення, особливо у сільській місцевості. Державна стратегія передбачає стимулювання розвитку підприємництва в туристичній сфері, сприяння розбудові та модернізації туристичної та рекреаційної інфраструктури, підвищення якості та забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних пропозицій на світовому ринку послуг у сфері туризму.

Показовим прикладом розвитку співпраці органів місцевого самоврядування, суб'єктів підприємницької діяльності та громадських організацій є Всеукраїнський конкурс проектів та програм розвитку місцевого самоврядування, який, починаючи з 2003 року, щорічно оголошується на сайті Дирекції конкурсу — Державного фонду сприяння місцевому самоврядуванню (www.municipal.gov.ua).

Процедура проведення Всеукраїнського конкурсу проектів та програм розвитку місцевого самоврядування регулюється Указом Президента України «Про Всеукраїнський конкурс проектів та програм розвитку місцевого самоврядування» та постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Положення про Всеукраїнський конкурс проектів та програм розвитку місцевого самоврядування».

Основними напрямками, за якими розробляються проекти та програми в рамках Конкурсу, зокрема, є:

- організація ефективної системи надання послуг населенню;
- розроблення та реалізація інвестиційної політики місцевого самоврядування;
- реформування системи житлово-комунального господарства;
- розвиток мережі громадського транспорту;
- удосконалення системи планування, забудови і благоустрою населених пунктів;
- удосконалення механізмів організації громадського порядку, охорони довкілля;
- розвиток туристичної діяльності та курортної справи;
- впровадження механізмів ефективного використання фінансових, земельних, майнових та інших ресурсів розвитку місцевого самоврядування;
- розроблення та реалізація проектів енерго- та ресурсозбереження, у тому числі у житлово-комунальній сфері;
- розвиток підприємництва;
- модернізація інженерної інфраструктури;
- підвищення безпеки життя, зменшення ризику виникнення природних та техногенних катастроф на території адміністративно-територіальної одиниці.

Безперечно, реалізація проектів і програм за будь-яким із зазначених напрямів може зробити свій позитивний внесок для активізації розвитку підприємництва у сфері туристичної діяльності на території конкретної громади.

Технічне завдання Конкурсу визначає категорії його учасників, головні вимоги до змісту проектів, конкретизує їх тематику та визначає максимальний розмір гранта за кожною категорією конкурсного відбору.

Категорії учасників та максимальний розмір гранта:

1-а категорія. Проекти (програми) органів місцевого самоврядування сіл, селищ. Максимальний розмір гранта — до 100 000 грн.

2-а категорія. Проекти (програми) органів місцевого самоврядування міст, районів, районів у містах з населенням до 50 тис. жителів. Максимальний розмір гранта — до 200 000 грн.

3-я категорія. Проекти (програми) органів місцевого самоврядування міст, районів, районів у містах з населенням від 50 тис. до 100 тис. жителів. Максимальний розмір гранта — до 500 000 грн.

4-а категорія. Проекти (програми) органів місцевого самоврядування міст, районів, районів у містах з населенням понад 100 тис. жителів. Максимальний розмір гранта — до 1 000 000 грн.

5-а категорія. Проекти (програми) органів місцевого самоврядування міст з населенням понад 1 млн жителів, областей, Автономної Республіки Крим. Максимальний розмір гранта — до 1 500 000 грн.

Орієнтовна тематика проектів (програм) на 2011 рік включає, зокрема:

- розробку комплексних програм та здійснення презентаційних заходів з розвитку туризму та курортів на території відповідної адміністративно-територіальної одиниці;

- здійснення комплексу заходів з розвитку місцевої інфраструктури туристичного бізнесу;
- розвиток зеленого туризму у сільській місцевості;
- формування мережі інформаційно-аналітичних агентств та підприємницьких структур у сфері туристичної діяльності з комунальною майновою участю.

Необхідно зазначити, що однією з головних вимог до проекту (програми), що подається, є консолідація фінансових ресурсів з різних джерел — з місцевого бюджету, державного бюджету (фонду Конкурсу) та з боку організацій-партнерів. Обсяг очікуваного фінансування заходів проекту з фонду Конкурсу не повинен перевищувати 80 відсотків загального бюджету.

Сьогодні в Україні на державному та регіональному рівнях реалізуються і інші проекти, які засновані на принципах державно-приватного партнерства та передбачають консолідацію (об'єднання) державних та приватних ресурсів.

У кожній країні державно-приватне партнерство має свої відмінні риси: найбільш прийнятні для неї типи взаємодії держави і бізнесу, галузеву «прихильність», механізми реалізації, правове і інституційне середовище.

В той же час, для забезпечення ефективної реалізації проектів такого партнерства пострадянським державам, слід звернути увагу на забезпечення ряду обов'язкових загальних умов, зокрема:

1) створення єдиної системи управління проектами державно-приватного партнерства, що включає нормативно-правове забезпечення і відповідне інституційне середовище;

2) розробка механізмів фінансування для різних варіантів взаємодії держави і приватного капіталу, зокрема надання державних гарантій, а також податкових пільг приватним інвесторам, що беруть участь в реалізації найважливіших проектів;

3) забезпечення макроекономічної стабільності і стимулювання розвитку ринкового середовища;

4) серйозна боротьба з проявами корупції в органах влади;

5) перейняття державними структурами досвіду і знань для підготовки фахівців в держструктурах для роботи в області державно-приватного партнерства;

6) належне документальне оформлення державної власності на об'єкти, які передаються в управління приватному капіталу;

7) продуманий підхід при розподілі ризиків між учасниками проекту державно-приватного партнерства;

8) забезпечення серйозної державної експертизи документації, що представляється потенційними приватними партнерами на предмет відповідності її реальній ситуації (з метою попередження шахрайства з державними коштами або невірної оцінки попиту і очікуваних витрат).

Кластери як специфічна форма взаємодії суб'єктів господарювання. Кластер у економіці (англ. *cluster*) — це сконцентрована на деякій території група взаємозв'язаних компаній: постачальників устаткування, комплектуючих і спеціалізованих послуг; інфраструктури; науково-дослідних інститутів;

ВНЗів і інших організацій, які взаємодоповнюють один одного і підсилюють конкурентні переваги окремих компаній і кластера в цілому. Ідеологом і популяризатором поняття економічного кластера є американський вчений-економіст Майкл Портер.

Існує три основні причини географічної концентрації фірм.

Перша причина пов'язана з можливістю отримувати вигоду від розподілу витрат на підтримку і розвиток загальних для декількох компаній ресурсів.

Друга причина зводиться до самої по собі географічній близькості, що забезпечує дешевизну і швидкі терміни постачання необхідного для бізнесу товару або послуги.

Третя причина полягає в тому, що концентрація фірм в межах однієї місцевості сприяє розповсюдженню тих знань і досвіду, які не можуть бути легко формалізовані і передані, і тісно прив'язані до людей, що носять їх.

Характерними ознаками кластера є:

- максимальна географічна близькість;
- спорідненість технологій;
- спільність сировинної бази;
- наявність інноваційної складової.

Кластерні форми організації діяльності присутні в різних галузях економіки.

Туристичний кластер — це сукупність організацій і фірм, що взаємодіють в розвитку туристського продукту в певних географічних межах. Основною метою кластера є формування і функціонування конкурентоздатного туристичного комплексу.

Формування туристичного кластера сприяє створенню сучасного конкурентоздатного туристичного комплексу. Його функціонування забезпечує широкі можливості для забезпечення зайнятості місцевого населення і задоволення потреб вітчизняних і іноземних громадян в туристичних послугах.

До складу кластера входять, зокрема, суб'єкти туристичної діяльності, головними завданнями діяльності яких є створення привабливих туристичних продуктів, які відповідають потребам туристів, підтримка стандарту обслуговування. Концентрація зусиль на створенні різноманітних туристичних продуктів здатна зацікавити вимогливого туриста (внутрішнього або іноземного).

Під час подорожі турист споживає різні послуги — загальні, специфічні туристичні і супутні. Але, перш за все, він потребує послуг з підтримки своєї життєдіяльності — проживання, харчування, транспорту, дозвілля. Саме тому основними з елементів кластера є постачальники *спеціалізованих туристичних послуг*. Складові даного елемента відображають особливість туристичного споживання і при цьому викликають похідний мультиплікативний ефект: необхідність для туриста в місцях споживання туристичного продукту наявності транспортних послуг, житла, харчування, системи гостинності в цілому, створення необхідних умов для лікування, розваг, освіти, задоволення потреби в нових враженнях.

Міжгалузєва природа туризму припускає присутність в мережі постачальників засобів розміщення, підприємств громадського харчування, центрів

дозвілля, ділових центрів, лікувально-оздоровчих установ тощо. При цьому, якість послуг, що надаються, повинна відповідати вимогам ринку. Основа туристичного продукту — послуги цих постачальників, і без даних підприємств існування кластера неможливе.

Суть діяльності галузей, що підтримують (обслуговують) туризм, полягає в наданні туристам *супутніх* послуг. До них відносяться фінансові і медичні послуги, місцева роздрібна торгівля, включаючи продаж сувенірів і туристичного спорядження, інженерна (побутова) інфраструктура, забезпечення безпеки і таке інше. Постачальники та продавці супутніх послуг функціонують на ринку товарів і послуг незалежно від туризму, але їх залучення до складу кластера створить привабливіші умови для розвитку і збільшення обсягів фінансового обороту. Основний туристичний продукт може бути реалізований і без участі місцевих підприємств, але це спричинить збільшення витрат і зниження задоволеності туристів. Стійкий розвиток обслуговуючих галузей і їх активна взаємодія з туристичними організаціями — це запорука успішного функціонування всього кластера.

Кластер функціонує тільки в певному середовищі, а саме в сприятливих умовах (політичних, соціокультурних, економічних, природних), які є сукупністю зовнішніх чинників, що забезпечують конкурентоспроможність туристичних послуг.

При формуванні туристичного кластеру необхідно ідентифікувати його географічні межі і враховувати кліматичні чинники, які відносяться до *природних умов*. Географічні межі багато в чому створюють транспортні комунікації (стан автомобільних доріг, розвиток малої авіації, водного транспорту), які з'єднують між собою основні центри концентрації туристів. Географічні межі кластера залежать і від специфіки туристичних ресурсів, історичних особливостей розвитку території, включаючи кліматичні умови і рельєф місцевості.

Економічне середовище визначається рівнем розвитку економіки і рівнем життя населення, які здійснюють величезний вплив на вартість і попит на товари та послуги, зокрема туристичного призначення. До економічних умов відносяться інвестиційний клімат на території кластера, який здатний забезпечити розвиток основних елементів кластера. Кількість і якість трудових ресурсів є також значущими при функціонуванні кластера. Всі організації — учасники кластера — потребують професіоналів туристичного бізнесу.

Важливо враховувати традиції і культуру місцевого населення — *соціокультурні умови*, які безпосередньо впливають на індустрію гостинності. До соціальних чинників варто віднести і сферу освіти, яка є не тільки потенціалом для розвитку кваліфікованого персоналу для суб'єктів туристичного бізнесу, але і базою для розвитку освітнього і наукового туризму.

Велике значення має *політична ситуація* на території кластера. Політика влади в царині розвитку туристичної діяльності, її підтримка, проведення наукових досліджень, постійний моніторинг є найважливішою умовою формування кластера. Щоб кластер приніс максимальні економічні, соціальні і

політичні зиски, необхідно на практиці скоординувати дії влади та інституцій в підтримці підприємницьких структур.

Особливу увагу при формуванні туристичного кластера необхідно приділяти *взаємозв'язкам між його елементами*. Даний зв'язок ґрунтується не тільки на економічній вигоді учасників, але і орієнтований на створення і реалізацію якісних туристичних послуг, що задовольняє потреби як туристів, так і території. Це проявляється у взаємозв'язку «транспорт — засоби розміщення — харчування» як основних послуг кластера, так і у взаємозв'язках «державне управління — комерційні організації — науково-освітні установи». Разом з освітніми установами, особливе місце займають науково-дослідні інститути різного профілю, присутність яких сприяє всебічному аналізу складових кластера, його можливостей розвитку, а також динамічному розвитку наукового туризму.

Туристичні кластери вже з'являються як на теренах України, так і сусідніх держав. Такими прикладами можуть бути:

Кластери — зелений туризм нової моделі на Буковині

<http://www.bukovina.biz.ua/news/7344>

Кластер ділового туризму в Севастополі

<http://turcluster.sevastopol.com/about.html>

Туризм і кластери для розвитку Запорізького краю

<http://gurt.org.ua/articles/3121/>

Кластер агротуризму Гомельщини

<http://www.agrotourism.by.ru/klaster.html>

Туристичний кластер «Курорты Северного Кавказа»

<http://www.rb.ru/topstory/business/2011/03/01/090532.html>

Ефективна робота всіх елементів туристичного кластера допоможе не тільки значно поповнити бюджети територій, але і утворити нову сферу зайнятості населення, стимулювати залучення до обороту додаткових капіталів. Крім того, функціонування кластера дозволить зберегти культурно-історичні пам'ятники, природні парки і заповідники, оздоровити екологічну обстановку, розвинути сферу послуг, удосконалювати інфраструктуру територій. Агротуристичний кластер покликаний надавати сприяння розвитку села за рахунок ефективного використання власних ресурсів.

ЧАСТИНА 6

ЗАГАЛЬНІ ПРАКТИЧНІ ПОРАДИ СУБ'ЄКТАМ ПІДПРИЄМНИЦТВА ЩОДО СПІЛКУВАННЯ З КОНТРОЛЮЮЧИМИ ОРГАНАМИ

ПОРАДА 1. Підготуйте всі необхідні документи, які знадобляться Вам під час перевірки.

Існує декілька документів, які обов'язково повинні бути на будь-якому підприємстві. Це:

1. Журнал реєстрації перевірок. — Запис у журналі стане доказом проведення на вашому підприємстві планової перевірки та позбавить відповідний орган можливості її проведення вдруге за рік.

2. Бланк протоколу проведення перевірки. Радимо Вам вести другий («альтернативний») протокол, у якому фіксувалися б усі дії перевіряючого. Так Ви зможете детально зафіксувати всі допущені перевіряючим порушення.

ПОРАДА 2. Визначте на підприємстві особу, яка буде спілкуватися з контролюючими органами.

З будь-яким перевіряючим найефективніше вестиме розмову людина, яка готова до цього. Найкраще, щоб цією особою був керівник або юрист підприємства. Така людина повинна:

1. Знати повноваження того чи іншого контролюючого органу;

2. Мати окрему папку, у якій буде зібрано всі нормативні акти, що регулюють повноваження контролюючих органів.

3. Знаті або мати перелік телефонів усіх державних органів (прокуратури, міліції, телефон довіри державної податкової адміністрації, служби внутрішньої безпеки МВС тощо).

4. Мати журнал реєстрації перевірок, бланки протоколів візиту тощо.

ПОРАДА 3. Виділіть приміщення, у якому будуть працювати перевіряючі.

Майже всім посадовим особам контролюючих органів гарантовано право на отримання робочого місця для проведення перевірки на підприємстві. Розмістивши перевіряючого в спеціальній кімнаті, Ви позбавляєте його можливості спілкуватися з іншими працівниками підприємства та ходити коридорами приміщення, розглядаючи, чим займаються Ваші працівники.

ПОРАДА 4. Проінструктуйте працівників свого підприємства щодо порядку поводження з представниками контролюючих органів.

Кожен співробітник має чітко розуміти, як він повинен діяти, якщо на підприємство прийшли перевіряючі.

1. Жодна людина, крім керівника та спеціально визначеної особи, не має права спілкуватися з перевіряючими, надавати їм будь-які документи або показувати будь-які приміщення.

2. Про прихід перевіряючого слід негайно повідомити керівника. Це потрібно зробити так, щоб перевіряючий не зрозумів, чи є керівник підприємства (відповідна особа) на місці, чи ні.

3. На усі вимоги перевіряючих повідомити їм якісь дані або провести їх до якихось приміщень працівник повинен відповідати відмовою, пояснивши останнім, що такі дії можуть здійснюватися лише керівником або уповноваженою на те особою.

4. Якщо керівник вирішив не зустрічатися з перевіряючими, працівник повинен повідомити їм, що керівництво відбуло в термінових справах і невідомо коли повернеться, та запропонувати повідомити точний час наступного приходу (щоб керівник зміг спланувати зустріч).

ПОРАДА 5. Введіть на своєму підприємстві режим захисту комерційної таємниці та конфіденційної інформації.

Чинним законодавством визначено, що кожна юридична особа має у власності інформацію про себе та може встановлювати порядок її отримання іншими особами. Так, згідно зі ст. 36 Господарського Кодексу України підприємство має право визначати склад та обсяг відомостей, що становлять комерційну таємницю, та порядок їх захисту. У ст. 231 та ст. 232 Кримінального кодексу України вказано, що незаконне збирання та розголошення комерційної таємниці тягне за собою кримінальну відповідальність. Однак комерційною таємницею може бути не вся інформація. Виключний перелік відомостей міститься в Постанові Кабінету Міністрів «Про перелік відомостей, що не становлять комерційної таємниці». Нажаль, він включає майже всі документи, що містять інформацію про діяльність підприємства. Проте вся інформація, яка не може становити комерційної таємниці, може бути визначена як конфіденційна. Підприємство має право самостійно визначати порядок передачі конфіденційної інформації іншим особам, тому режим її захисту на підприємстві може бути тотожним режимові захисту комерційної таємниці. Введення режиму захисту комерційної таємниці та конфіденційної інформації надасть підприємству такі переваги:

1. Представники контролюючих органів змушені будуть надсилати Вам детальні письмові запити на отримання тих чи інших документів чи відомостей з обґрунтуванням необхідності їх отримання. На будь-які усні запити з приводу надання інформації можна буде відповісти відмовою на тій підставі, що інформація, яка є конфіденційною або становить комерційну таємницю, надається лише на письмові запити.

2. Працівники підприємства матимуть законну підставу для відмови від спілкування з представниками контролюючих органів, оскільки вони підписали зобов'язання про нерозголошення відомостей, що є конфіденційною інформацією або комерційною таємницею, а відтак нести відповідальність за його порушення. У такий спосіб можна обмежити коло спілкування перевіряючих спеціально визначеними особами, а отже, уникнути множинності варіантів відповідей на запитання.

3. Керівник підприємства зможе попередити поширення працівниками інформації про діяльність підприємства. У такий спосіб можна захиститися від конкурентів. Для введення режиму захисту комерційної таємниці та конфіденційної інформації наказом керівника підприємства необхідно затвердити положення про комерційну таємницю та конфіденційну інформацію. Пра-

цівники підприємства повинні бути ознайомлені з цим положенням під особистий підпис.

ПОРАДА 6. Не допускайте на підприємство перевіряючих, які не мають службових посвідчень та інших належних документів або відмовляються їх пред'явити.

Законодавство зобов'язує перевіряючих пред'являти належні документи, тому вони не мають права відмовити Вам в ознайомленні з ними. Якщо ж вони нехтують своїм обов'язком, Ви маєте повне право не допустити їх на підприємство.

ПОРАДА 7. Перед тим, як дозволити проведення перевірки, запропонуйте перевіряючому заповнити журнал реєстрації перевірок.

У такий спосіб Ви зафіксуєте прихід перевіряючих, а отже, він матиме офіційний характер.

ПОРАДА 8. Не дозволяйте проведення перевірки представникам контролюючих органів, які не розписались у журналі реєстрації перевірок. Пункт 7 Указу Президента «Про деякі заходи з дерегулювання підприємницької діяльності» визначає: «Відмова представника контролюючого органу від підпису в журналі є підставою для недопущення його до проведення перевірки».

ПОРАДА 9. Не починайте спілкування з представниками контролюючих органів, доки ваші працівники не перевіряють їхні повноваження.

Функцію перевірки документів перевіряючих та вимагання заповнення журналу перевірок повинен виконувати охоронець або секретар. Після того, як перевіряючий заповнить журнал перевірки, відповідний працівник повинен віднести його керівнику. Уважно прочитавши запис у журналі, керівник визначає, чи є підстави для допущення перевіряючого до проведення перевірки.

ПОРАДА 10. Перевіряйте дані, зазначені в журналі реєстрації перевірок. Якщо у Вас виникли сумніви щодо повноважень перевіряючих, зателефонуйте до контролюючого органу, який вони представляють, та перевірте, чи дійсно цих осіб було спрямовано на перевірку до Вашого підприємства.

ПОРАДА 11. Ви можете не прийняти перевіряючих одразу, якщо вони не повідомили про свій прихід заздалегідь.

ПОРАДА 12. Розмістіть перевіряючих в окремій кімнаті.

У такий спосіб Ви, з одного боку, викажете повагу до них, а з іншого — обмежите їхню можливість пересування в приміщеннях підприємства.

ПОРАДА 13. Не залишайте перевіряючих на самоті.

Перевіряючі повинні завжди бути під наглядом одного з Ваших працівників. Лише тоді Ви зможете бути впевнені, що на підприємстві не зникнуть або не з'являться якісь речі чи документи.

ПОРАДА 14. Виконуйте лише ті вимоги перевіряючих, які ці органи мають право висувати.

Зловживання посадовим та службовим становищем є злочином, тому Ви маєте право не виконувати ті вимоги перевіряючих, які не відповідають обсягу їхніх прав.

ПОРАДА 15. Надавайте перевіряючим лише ті документи, прохання про надання яких викладено в письмовій формі.

Повідомте перевіряючих, що вся документація підприємства є конфіденційною інформацією та передається іншим особам лише на письмовий запит (при цьому Ви можете надати їм копію положення про комерційну таємницю та конфіденційну інформацію, яка діє на Вашому підприємстві). Запропонуйте перевіряючим скласти запит. По-перше, це змусить їх обмежити свої «апетити» (звертатися з конкретними запитаннями набагато важче, ніж просто сказати: «Надайте мені усі Ваші документи»). По-друге, Вам легше буде визначитися з тим, що можна і не надавати контролерам. По-третє, простіше буде доводити неправомірність дій перевіряючих, оскільки Ви матимете письмовий доказ.

ПОРАДА 16. *Не надавайте перевіряючим будь-яку інформацію та не відповідайте на запитання відразу після отримання їх вимоги.*

Чинне законодавство дійсно зобов'язує Вас надавати перевіряючим необхідну для проведення перевірки інформацію та відповідати на їхні запитання. Проте ви не зобов'язані це робити негайно. Занотуйте всі запитання перевіряючого та повідомте йому, що Ви не можете чітко та повно відповісти на його запитання відразу та боїтеся дезінформувати його, а тому викладете усі відповіді в письмовій формі та передасте їх йому найближчим часом. Аргументи в даному випадку можуть бути різними. Наприклад, Ви просто фізично не можете пам'ятати про усі факти господарської діяльності підприємства.

ПОРАДА 17. *Ведіть альтернативний протокол проведення перевірки.*

Один із Ваших співробітників (наприклад, секретар) повинен нотувати всі дії та запитання перевіряючого на відповідному бланку. По закінченні перевірки звітте записане у Вашому протоколі та в документах перевіряючого. Якщо ви знайдете суттєві розбіжності, зазначте про це в документі, що складається за результатами перевірки. Запропонуйте перевіряючому підписати «альтернативний» протокол. Якщо він відмовиться, зробіть на протоколі позначку «Від підписання відмовився».

ПОРАДА 18. *Обов'язково підписуйте документ, що складається за результатами перевірки.* По-перше, його не підписання не дасть Вам можливості уникнути будь-яких санкцій. По-друге, перед підписанням Ви зможете перевірити заповнення усіх необхідних граф та достовірність викладеної в документі інформації.

ПОРАДА 19. *Перед підписанням відповідного документу, що складається за результатами перевірки, закреслюйте усі вільні місця та графи, що залишилися в ньому.*

ПОРАДА 20. *Зазначте про наявність зауважень до процедури проведення перевірки та висновків за її результатами в документі, що складається за результатами перевірки.*

Якщо, на Вашу думку, під час перевірки перевіряючі порушили Ваші права або законодавче встановлену процедуру її проведення, перед своїм підписом поставте запис «Підписано із зауваженнями, що будуть надані протягом двох днів з моменту підписання» (строк може бути іншим). Свої зауваження передавайте до контролюючого органу під підпис або надсилайте рекомендованим листом із повідомленням.

ПОРАДА 21. Пильно спостерігайте за дотриманням державними органами процедури провадження у справах про адміністративні порушення.

Провадження у справах про адміністративне правопорушення розпочинається лише щодо дійсно наявних правопорушень, відповідальність за які передбачено Кодексом про адміністративні правопорушення. Пам'ятайте, що адміністративного правопорушення не існує без наявності вини з боку порушника. У разі виявлення адміністративного правопорушення складається протокол про адміністративне правопорушення. Протокол підписується особою, яка його склала, та особою, яка вчинила адміністративне правопорушення.

Справа про адміністративне правопорушення розглядається в присутності особи, яка притягається до адміністративної відповідальності.

Особа, яка притягається до адміністративної відповідальності має право надавати докази своєї невинності. Джерелами доказів є: протокол про адміністративне правопорушення, пояснення особи, що притягається до адміністративної відповідальності, та свідків, висновки експерта, будь-які речі, що мають відношення до справи, протокол про вилучення речей і документів, а також інші документи.

Державні органи повинні дотримуватися строків розгляду справ про адміністративні правопорушення. За загальним правилом, справа розглядається протягом 15 днів з дня одержання протоколу про адміністративне правопорушення та інших матеріалів справи.

Розгляд справи про адміністративні правопорушення повинен відбуватися у порядку, визначеному чинним законодавством.

Під час розгляду справи про адміністративне правопорушення ведеться протокол, у якому зазначаються: дата і місце засідання, найменування і склад органу, який розглядає справу, зміст справи, що розглядається, відомості про явку осіб, які беруть участь у розгляді справи; пояснення осіб, які беруть участь у розгляді справи, їхні клопотання та результати їх розгляду, документи і речові докази, досліджені при розгляді справи, відомості про оголошену прийнятої постанови і роз'яснення порядку та строків її оскарження.

Протокол засідання підписується головоючим на засіданні та секретарем цього органу. За результатами розгляду справи виноситься постанова по справі. Постанова по справі оголошується негайно після закінчення розгляду справи. Копія постанови протягом 3-х днів вручається під розписку або висилається особі, щодо якої її винесено. Постанову може бути оскаржено до:

- вищого органу (вищої посадової особи);
- районного (міського) суду.

Постанова районного (міського) суду про накладення адміністративного стягнення є остаточною й оскарженню в порядку провадження в справах про адміністративні правопорушення не підлягає. Така постанова може бути оскаржена в загальному порядку до суду вищої інстанції.

Скарга на постанову подається до органу (посадовій особі), який її виніс. Скаргу може бути подано протягом 10 днів з дня винесення постанови. У разі пропуску строку з поважних причин його можна поновити за заявою особи, щодо якої винесено постанову.

Протягом 3-х діб відповідний орган передає скаргу разом зі справою про адміністративне правопорушення органу (посадовій особі), який її розглядатиме. Особа, яка оскаржила постанову, звільняється від сплати державного мита. Подання скарги зупиняє виконання постанови про накладення адміністративного стягнення до прийняття рішення по скарзі. Скарга повинна бути розглянута в десятиденний строк з дня її надходження. Копія рішення по скарзі надсилається особі протягом 3-х днів від дня його прийняття.

ПОРАДА 22. *Обов'язково підпишіть протокол про адміністративне правопорушення.* По-перше, не підписавши його, Ви не зможете запобігти провадженню в справі про адміністративне правопорушення. Протокол однаково буде доказом проти Вас. По-друге, Ви можете викласти перед своїм підписом усі свої зауваження щодо його змісту, вказати, що Ви не вважаєте себе винним у вчиненні правопорушення та обґрунтувати свою позицію. При розгляді справи Ваші зауваження обов'язково повинні бути розглянуті.

ПОРАДА 23. *Перед підписанням протоколу уважно прочитайте його та обов'язково перевірте правильність викладених фактів справи.* Протокол про адміністративні правопорушення є основним доказом по справі, тому дуже важливо впевнитися, що він містить правдиві дані.

ПОРАДА 24. *Оскаржуйте рішення в справі про адміністративне правопорушення, прийняте без запрошення Вас на його розгляд.*

Якщо Ви отримали копію ухвали про притягнення до адміністративної відповідальності, але перед цим не отримували запрошення на розгляд справи, то така постанова була прийнята незаконно.

ПОРАДА 25. *Підготуйтеся до розгляду справи.*

Якщо ви отримали запрошення на розгляд справи і вважаєте, що підстав для притягнення Вас до адміністративної відповідальності немає, підготуйтеся до засідання ретельно. Напишіть пояснення, у якому в довільній формі було б викладено аргументи, що свідчать про Вашу невинність. Продумайте, яких осіб Ви могли б запросити як свідків, котрі можуть свідчити на Вашу користь.

ПОРАДА 26. *Під час написання скарги на постанову про адміністративне порушення посилайтеся на порушення законодавства та процедури розгляду справи.*

Постанова про адміністративне правопорушення може бути скасована на тій підставі, що при її розгляді було порушено порядок розгляду справи або що орган, який її прийняв, неправильно застосовував чинне законодавство.

ПОРАДА 27. *Пам'ятайте, що Ви можете не з'являтися до правоохоронного органу (міліції, служби безпеки, податкової міліції) або прокуратури, якщо виклик не пов'язано з конкретною кримінальною справою.* Посадові особи прокуратури та правоохоронних органів мають право викликати Вас лише у випадку, коли в них є дані, що Вам відомі обставини відносно кримінальної справи, яка знаходиться в їх провадженні.

ПОРАДА 28. *З'являйтесь до відповідного органу лише за письмовим викликом.* Кримінально-процесуальний кодекс України зобов'язує посадових осіб правоохоронних органів та прокуратури викликати Вас повісткою, яка

вручається під розписку. У повістці вказується, хто викликається, куди і до кого, день і година явки, а також реквізити кримінальної справи, щодо якої відбиратимуться показання.

ПОРАДА 29. *Пам'ятайте, що Ви маєте право відмовитися давати показання проти себе, членів Вашої сім'ї чи близьких родичів.* Таке право гарантується ст. 63 Конституції України. Кримінальну відповідальність за порушення з боку підприємства несуть його керівник та головний бухгалтер, тому показання щодо діяльності підприємства можуть бути показаннями проти них. Саме тому ці особи мають право відмовитися від дачі показань.

ПОРАДА 30. *Не давайте поспішних показань.*

Якщо Ви не впевнені в правильності Ваших свідчень або боїтесь, що вони можуть Вам зашкодити, повідомте особу, яка проводить допит, що Ви не можете відразу відповісти на запитання, не бажаєте вводити слідство в оману та потребуєте час для обдумування. Кримінально-процесуальний кодекс України дійсно зобов'язує Вас надавати відповіді на запитання, проте він не зобов'язує їх давати негайно.

ПОРАДА 31. *Перед підписанням протоколу допиту уважно його прочитайте та перевірте, чи правильно зафіксовані Ваші свідчення і чи заповнені всі графи протоколу.*

Зверніть особливу увагу на те, щоб було поставлено номер та дату протоколу, вказано посада та прізвище особи, яка проводила допит.

ПОРАДА 32. *Перед підписанням протоколу закресліть усі вільні місця, що залишилися в його графах.*

Таким чином Ви будете впевнені, що в ньому не з'явиться ті, чого не було на момент його підписання Вами.

ПОРАДА 33. *Вимагайте внесення змін до протоколу, якщо Ви знайдете помилки у фіксуванні Ваших свідчень.* Це право Вам надано ч. 4 ст. 170 Кримінально-процесуального кодексу України. Якщо слідчий відмовиться від внесення змін, викладіть їх на окремому аркуші паперу та передайте його до канцелярії разом із заявою на ім'я керівника відповідного органу про внесення змін до протоколу (заяву складіть у двох примірниках, на одному з яких Вам проставлять вхідний номер Вашої заяви).

ПОРАДА 34. *Перевірте повноваження осіб, що збираються проводити обшук (віймку) на Вашому підприємстві.*

Уважно перевірте службові посвідчення цих осіб. У посвідченні повинна бути фотокартка особи, її прізвище, ім'я, по батькові та посада. Особливу увагу зверніть на дату, до якої дійсне посвідчення, можливо, воно вже недійсне.

ПОРАДА 35. *Ознайомтесь з постановою на проведення обшуку (віймки).* Вона повинна містити номер та дату її винесення, номер та дату порушення кримінальної справи, щодо якої проводиться обшук (віймка), підстави для проведення обшуку (віймки). Окрім того, у верхньому правому куті ухвали повинна стояти санкція прокурора (санкція прокурора не отримується лише в разі невідкладності проведення обшуку чи віймки).

ПОРАДА 36. *Пам'ятайте, що під час обшуку (віймки) повинні бути присутні двоє понять.*

Ч. 1 ст. 181 Кримінально-процесуального кодексу України зобов'язує проводити обшук (виїмку) у присутності двох понятих. Це повинні бути особи, не зацікавлені в справі. Понятими не можуть бути потерпілий, родичі підозрюваного, обвинуваченого і потерпілого, працівники правоохоронних органів або прокуратури. Основним завданням понятих є засвідчення відповідності записів у протоколі виконаним діям. Тому радимо звертати їхню увагу на всі порушення з боку слідчих. Також радимо записати прізвище, ім'я та по батькові, домашню адресу та телефон кожного з понятих. Ці дані можуть вам знадобитися в разі потреби у виклику понятих до суду для засвідчення протиправності дій слідчих.

ПОРАДА 37. Пильно стежте за всіма діями слідчих, понятих та інших осіб, які беруть участь в проведенні обшуку (виїмки).

Таким чином Ви зможете вчасно помітити та припинити порушення з їхнього боку, наприклад, підкидання в приміщення підприємства сторонніх речей (патронів, зброї, наркотиків тощо).

ПОРАДА 38. Не дозволяйте особам, які проводять обшук, самостійно ходити приміщеннями підприємства та обшукувати відразу декілька приміщень. Відповідно до ч. 2 ст. 181 Кримінально-процесуального кодексу України обшук (виїмка) проводяться лише в присутності представника підприємства. Ви фізично не зможете стежити за діями слідчих, якщо вони будуть проводити обшук паралельно в декількох кімнатах, отже, Ви не матимете змоги запобігти їхнім протиправним діям. Якщо слідчі не зреагують на Ваше звернення, зверніть на це увагу понятих та вимагайте занесення Вашого протесту до протоколу обшуку (виїмки). Не дозволяйте проводити обшук (виїмку) особистих речей Ваших співробітників. Якщо слідчі забажають оглянути Ваші особисті речі або речі ваших співробітників, нагадайте їм, що ці речі не належать до майна підприємства, а тому для проведення обшуку (виїмки) щодо них необхідна окрема постанова. Перегляньте разом зі слідчими постанову про проведення обшуку (виїмки) та перевірте, на проведення яких дій вона передбачена. Якщо постанова видана на "обшук приміщення ТОВ «Х», то за такою постановою обшук (виїмка) особистих речей проведений бути не може.

ПОРАДА 39. Перед підписанням протоколу обшуку уважно його прочитайте та перевірте, чи правильно зафіксовані всі дії слідчих і чи заповнені всі графи протоколу.

Зверніть особливу увагу на те, щоб були проставлені номер та дата складання протоколу, зазначені посада та прізвище особи, що проводила обшук (виїмку), викладені підстави для проведення обшуку (виїмки), вказано приміщення чи інше місце, у якому був проведений обшук (виїмка), особу, у якої проведено обшук (виїмку), описано дії слідчого та результати обшуку або виїмки.

ПОРАДА 40. Перед підписанням протоколу закресліть усі вільні місця, що залишились в його графах.

ПОРАДА 41. Вимагайте занесення Ваших заяв та зауважень до протоколу обшуку (виїмки). Це право надано Вам ч. 2 ст. 188 Кримінально-процесуального кодексу України. Предметом Вашої заяви (зауваження) може бути будь-що: вказівка на протиправність дій слідчих, пояснення щодо нена-

лежності Вам певної речі, що була знайдена в приміщенні Вашого підприємства під час проведення обшуку, пояснення причин знаходження в приміщенні Вашого підприємства певної речі.

Якщо слідчий відмовиться від занесення Вашої заяви (зауваження), нагадайте йому про вимогу ст. 188 Кримінально-процесуального кодексу України. Зверніть увагу понятих на відмову в задоволенні Ваших звернень. Викладіть Вашу заяву (зауваження) на окремому аркуші паперу та надішліть рекомендованим листом до відповідного органу разом із заявою на ім'я його керівника про порушення Вашого права.

ПОРАДА 42. Пам'ятайте, що згідно зі ст.55 Конституції України кожному гарантується право на оскарження в суді рішень, дій чи бездіяльності органів державної влади. Органів місцевого самоврядування, посадових і службових осіб.

Це означає, що Ви маєте право в будь-який момент оскаржити в суді дії посадових осіб контролюючих органів. Деякі юристи вважають, що оскарження в суді є найефективнішим, та радять вдаватися лише до нього.

ПОРАДА 43. Пам'ятайте, що дії та рішення посадових осіб контролюючих органів оскаржуються в Господарському суді.

Позовну заяву про визнання акта контролюючого органу або про відшкодування збитків, завданих неправомірними діями осіб цього органу, подають до господарського суду за місцем знаходження органу, до якого подано позов. Радимо подавати два позови. Спочатку необхідно подати позов про визнання акту контролюючого органу недійсним. А у випадку задоволення цього позову, подавайте позов про відшкодування збитків, завданих неправомірними діями посадових осіб контролюючих органів. Таким чином Ви уникнете зайвої сплати державного мита.

ПОРАДА 44. Вимагаючи скасування акту контролюючого органу або відшкодування збитків, завданих неправомірними діями його посадових осіб, посилайтеся на факти.

Будь-який акт може бути скасовано з трьох причин:

1) прийняття такого акта перебуває поза межами компетенції відповідного контролюючого органу (це означає, що чинним законодавством даному органу не дозволено прийняття подібного акта);

2) акт прийнято з порушенням чинного законодавства (це означає, що орган, який прийняв акт, неправильно трактує норми чинного законодавства, наприклад, він застосував до Вашого підприємства не передбачену законодавством санкцію, або розмір накладеного їм штрафу перевищує розмір, визначений у законі);

3) акт прийнято з порушенням процедури (це означає, що, приймаючи акт, контролюючий орган порушивши установлену законом процедуру наприклад, було порушено порядок проведення перевірки або акт було складено без дотримання належної форми).

Вимагаючи відшкодування збитків, завданих неправомірними діями посадових осіб контролюючих органів, обґрунтуйте свою вимогу за такими пунктами:

1. Вкажіть норми чинного законодавства, які були порушені посадовими особами контролюючих органів. Це необхідно, оскільки законодавство гарантує відшкодування за рахунок держави збитків, завданих незаконними рішеннями органів державної влади та діями їх посадових осіб при здійсненні ними своїх повноважень.

2. Обґрунтуйте розмір шкоди, завданої Вам. Пам'ятайте, що шкода буває матеріальною (пошкоджено майно підприємства, незаконно звернено стягнення на активи підприємства, через незаконне вилучення документів - неукладено вигідного контракту, через тимчасову заборону діяльності підприємства — втрачено частину прибутків тощо) та нематеріальною (було зіпсовано репутацію підприємства).

3. Покажіть взаємозв'язок між порушеннями з боку посадових осіб контролюючого органу і завданими підприємству збитками.

Журнал реєстрації перевірок. З метою недопущення зловживань зі сторони контролюючих органів та занадто частих перевірок Указом Президента України від 23.07.98 р. №817 «Про деякі заходи з дерегулювання підприємницької діяльності» встановлені рекомендації з приводу ведення Журналів відвідання контролюючих органів з обов'язковим зазначенням у них строків та мети відвідання, посади та прізвища представника органу, який повинен обов'язково поставити свій підпис у цьому журналі. Відмова представника контролюючого органу від підпису в журналі є підставою для недопущення його до проведення перевірки. Про факт відмови суб'єкт підприємництва у 3-денний термін письмово повідомляє відповідний контролюючий орган.

Рекомендована форма журналу:

№ з/п	Мета та характер перевірки	Назва організації, що здійснює перевірку	Прізвище ім'я та по батькові особи, яка здійснює перевірку	Номер службового посвідчення та посада особи, яка здійснює перевірку	Дата видачі та номер направлення або припису щодо здійснення перевірки	Строк проведення перевірки		Підпис особи, яка здійснює перевірку	Приймітки
						Початок	Закінчення		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Заповнюючи журнал, перевіряючи змушені будуть повідомити мету перевірки, вказати назву органу, який вони представляють, свої посади і прізвища, а також зазначити номер свого службового посвідчення та реквізити документа, на підставі якого здійснюється перевірка. Вказавши мету перевірки, контролери не зможуть виходити за її рамки під час її проведення.

Журнал реєстрації перевірок знаходиться за місцем здійснення підприємницької діяльності. Журнал прошивається, завіряється печаткою суб'єкта підприємницької діяльності та підписом директора або власника.

ЧАСТИНА 7

МОНІТОРИНГ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА В СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

З метою виявлення громадської думки щодо основних проблем, переваг та бачення мешканцями сільських територіальних громад пріоритетів розвитку своїх населених пунктів було проведено соціологічне опитування населення. Воно здійснювалося одноразово, всього було опитано 10595 жителів 601 сільських та селищних рад, що мають у підпорядкуванні сільські населені пункти (в середньому по 18 мешканців з кожної сільської, селищної ради, або по 7 осіб з кожного сільського населеного пункту). Похибка вибірки не перевищує 4%. Параметри вибіркової сукупності у цілому віддзеркалюють статево-вікову структуру генеральної сукупності та відповідають вимогам репрезентативності. За віковою структурою переважають мешканці віком 35–55 років (60,1%), молодь до 35 років становить 22,1%, особи віком старше 55 років — 17,8%. Серед селян, що взяли участь у соціологічному дослідженні, найбільше молоді у Попільнянському районі (26,9%), осіб віком від 35 до 55 років — у Брусилівському районі (65,0%), похилого віку — у Малинському районі (20,7%).

Серед учасників анкетного опитування 64,4% жінок та 35,6% чоловіків. За районами області рівень участі респондентів за статевою ознакою розподілений досить неоднорідно і варіює від 31,2% чоловіків у загальній кількості опитаних у Брусилівському районі до 41,5% — у Народицькому районі. Відповідно у Народицькому районі серед усіх учасників анкетування 58,5% жінки та 68,8% їх — у Брусилівському районі. У розподілі за статтю серед опитаних сільських мешканців чоловіки перевищують середньо-обласний показник (35,6%) у 10-ти районах.

Таблиця 11

Результати відповідей на запитання «Ваша стать?»

Варіанти відповідей	Усі респонденти		У тому числі за віковими групами, років					
			до 35		35–55		понад 55	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
чоловіки	3773	35,6	866	37,0	2060	32,3	847	44,9
жінки	6822	64,4	1473	63,0	4309	67,7	1040	55,1
Усього	10595	100,0	2339	100,0	6369	100,0	1887	100,0

Зокрема, у Народицькому районі частка опитаних чоловіків становила 41,5%, Бердичівському — 41,4%, Черняхівському — 39,5%, Червоноармійському — 39,1%, Андрушівському — 38,2%, Коростишівському — 37,4%, Попільнянському — 36,9%, Баранівському — 36,1%, Чуднівському — 35,8%, Лугинському — 35,7%. Водночас, у 13-ти районах у віковому складі учасників опитування частка жінок перевищує їх частку серед опитаних у середньому по області. За освітнім рівнем переважають респонденти з середньою спеціальною освітою — 41,6% жителів, охоплених анкетуванням, 25,9% — мають середню освіту, 22,3% — здобули вищу, 9,0% — незакінчену вищу та 1,2% — отримали лише початкову освіту. Найбільше осіб, що мають вищу освіту серед опитуваних, віком до 35 років (27,5%), а тих, що мають початкову — віком понад 55 років (3,5%). За рівнем освіти найменше респондентів з вищою освітою у Малинському районі (17,3%), найбільше — в Овруцькому районі (30,7%). Незакінчену вищу освіту має найбільша частка опитаних селян у Народицькому районі (12,4%), найменша їх частка зафіксована в Бердичівському районі (6,7%). Середню спеціальну освіту здобули 47,4% учасників анкетування в Ружинському районі, проте в Овруцькому районі їх частка найменша серед районів області — 36,7% і вона нижча, ніж у середньому по області, на 4,9 відсоткового пункту. Серед районів області найбільше респондентів з середньою освітою у Лугинському районі — 33,7%, найменше — у Нов.-Волинському районі — 20,4%. Поряд з цим, у Брусилівському районі 0,3% опитаних сільських мешканців мають початкову освіту, а в Радомишльському районі їх частка склала 2,1%. Як правило, це селяни у віці понад 55 років.

За соціальним статусом 31,3% сільських жителів працюють у соціальній сфері, 15,6% — пенсіонери, 12,1% — державні службовці, 10,2% є безробітними, 9,3% — працюють у сільськогосподарських підприємствах, 8,4% — працюєвлаштувалися за межами своєї територіальної громади, 8,2% — зайняті в особистому селянському господарстві, 3,4% — працюють у лісовому господарстві та 1,5% — навчаються у навчальних закладах усіх рівнів акредитації.

Таблиця 12

Результати відповідей на запитання «Ваша освіта?»

Варіанти відповідей	Усі респонденти		У тому числі за віковими групами, років					
			до 35		35–55		понад 55	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Вища	2362	22,0	644	27,5	1380	21,7	338	17,9
Незакінчена вища	957	9,0	350	15,0	531	8,3	76	4,0
Середня спеціальна	4409	41,0	801	34,2	3052	47,9	556	29,5
Середня	2744	25,0	522	22,3	1371	21,5	851	45,1
Інша (початкова)	123	1,0	22	1,0	35	0,6	66	3,5
Усього	10595	100,0	2339	100,0	6369	100,0	1887	100,0

Рейтинг районів за соціальним статусом опитаних селян коливається в залежності від кількості роботодавців на селі та сфери їх економічної діяльності. Так, найбільша питома вага респондентів, що здійснюють трудову діяльність в сільському господарстві, зафіксована в Малинському районі (13,5%), найменша — в Коростишівському районі (6,7%). Частка осіб, що працюють в особистому селянському господарстві, варіює від 2,1% у Народицькому районі до 11,6% у Любарському районі. Відмічено, що найменше мешканців, зайнятих у лісовому господарстві, у Баранівському районі — 1,2%, найбільше зайнятих у цій сфері діяльності у Народицькому районі — 7,8% респондентів цього району. В соціальній сфері Нов.-Волинського району працює найменша частка опитаних сільських жителів — 11,7%, а найбільша (39,7%) — зосереджена у Червоноармійському районі. Рейтинг районів щодо працюючих за межами своєї територіальної громади коливався від 6,5% у Чуднівському районі до 12,6% в Овруцькому районі. Не працюючих пенсіонерів охоплено анкетуванням від 10,4% у Баранівському районі до 20,3% у Лугинському районі. Слід звернути увагу, що участь в опитуванні безробітних за районами суттєво відрізняється.

Таблиця 13

Результати відповідей на запитання «Ваш соціальний статус?»

Варіанти відповідей	Усі респонденти		У тому числі за віковими групами, років					
			до 35		35–55		понад 55	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Працюю в сільськогосподарському підприємстві	985	9,3	202	8,6	653	10,2	130	6,9
Працюю в особистому селянському господарстві	871	8,2	193	8,3	569	8,9	109	5,8
Працюю в лісовому господарстві	364	3,4	97	4,2	230	3,6	37	2,0
Працюю в соціальній сфері	3310	31,3	747	31,9	2425	38,1	138	7,3
Працюю за межами своєї територіальної громади	888	8,4	289	12,4	565	8,9	34	1,8
Пенсіонер	1652	15,6	23	1,0	348	5,5	1281	67,9
Безробітний(а)	1081	10,2	382	16,3	630	9,9	69	3,6
Навчаюся в школі, ПТУ, вищому навчальному закладі	162	1,5	129	5,5	33	0,5	0	0,0
Інше (державні установи, органи місцевого самоврядування)	1282	12,1	277	11,8	916	14,4	89	4,7
Усього	10595	100,0	2339	100,0	6369	100,0	1887	100,0

Зокрема, у Смільчинському районі рівень безробітних респондентів склав лише 4,6%, тоді як у Радомишльському районі — 15,8%, що суттєво відрізняється від опитаних за цим соціальним статусом у середньому по області (10,2%). Рейтинг районів за часткою опитаних учнів та студентів варіює від 0,8% у Червоноармійському районі до 3,8% у Брусилівському районі. Поряд з цим, розподіл районів за часткою зайнятих іншими видами економічної діяльності засвідчує, що 3,4% респондентів Червоноармійського району працюють в державних установах та органах місцевого самоврядування. Водночас їх частка у Нов.-Волинському районі становила 32,4%, що значно (на 20,3 в.п.) перевищує середньообласний показник. На запитання «Які джерела доходів Вашої родини?» майже половина опитаних (49,1%) вказала заробітну плату. Зазначене джерело є основним видом доходу для вікових груп до 35 років та від 35 до 55 років. Більш, ніж чверть респондентів (25,1%) отримують переважну частку доходів від ведення особистого селянського господарства.

На третьому місці дохід у вигляді пенсії. Державну допомогу по безробіттю, догляду за дитиною, інвалідності тощо отримують 4,2% опитаних сільських мешканців, а дохід від самозайнятості (збирання ягід, грибів, лікарських трав, вилов риби та ін.) становить 3,8%. На допомогу родичів, одноразові заробітки розраховують лише 0,8% охоплених інтерв'юванням. До речі, дохід від особистого селянського господарства розподілений по вікових групах пропорційно і коливається в межах 18,8 — 27,4%. Серед вікової категорії понад 55 років пенсія є основним джерелом доходу для 57,3% опитаних селян у вищезазначеній віковій групі.

Щодо рейтингу районів за джерелами доходів родин респондентів, то слід відмітити практично рівномірний їх розподіл за основним, на думку опитаних, джерелом — заробітною платою. Тут рівень відповідей коливався від 45,6% у Коростенському районі до 55,1% у Народицькому районі. Друге місце за ступенем важливості посідає дохід від особистого селянського господарства. За цим показником розподіл відповідей по районах значно варіює, від 14,3% у Народицькому районі до 30,2% у Ружинському районі. Третє місце серед найвагоміших джерел, що формують сімейний бюджет, респонденти надали пенсії. Так вважають в усіх районах, зокрема, 11,7% опитаних селян Баранівського району, але здебільшого її пріоритет визнано у Народицькому районі (21,1%). Державну допомогу по безробіттю, догляду за дитиною, інвалідності тощо отримували родини незначної кількості учасників опитування. Їх частка варіює від 1,9% у Народицькому районі до 7,2% у Баранівському районі. Збиранням грибів, ягід, лікарських рослин промишляли члени родини 1,4% респондентів, але найвищий рівень самозайнятості зафіксовано серед мешканців Попільнянського району (7,4% опитаних). Незначна частка респондентів, члени сімей яких здійснювали підприємницьку діяльність, відмічена в кожному районі і коливається від 0,3% у Коростенському районі до 2,2% у Вол.-Волинському та Нов.-Волинському районах. Інші джерела доходів (допомога родичів, одноразові заробітки) посіли останнє мі-

ще за ступенем своєї важливості для сільських родин. На них зовсім не складаються опитані мешканці Малинського та Червоноармійського районів.

Таблиця 14

Результати відповідей на запитання «Які джерела доходів Вашої родини?»

Варіанти відповідей	Усі респонденти		У тому числі за віковими групами, років					
	Кількість відповідей	%	до 35		35–55		понад 55	
			Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Заробітна плата	7107	49,1	1668	54,1	4925	56,0	514	19,7
Дохід від особистого селянського господарства	3634	25,1	732	23,7	2410	27,4	492	18,8
Пенсія	2282	15,7	99	3,2	687	7,8	1496	57,3
Державна допомога (по безробіттю, догляду за дитиною, інвалідності тощо)	615	4,2	291	9,4	289	3,3	35	1,4
Самозайнятість (збирання ягід, грибів, лікарських трав та ін.)	552	3,8	170	5,5	332	3,8	50	1,9
Підприємницька діяльність	189	1,3	57	1,9	118	1,3	14	0,5
Інші (допомога родичів, одноразові заробітки)	110	0,8	67	2,2	33	0,4	10	0,4
Усього	14489	100,0	3084	100,0	8794	100,0	2611	100,0

При відповіді на запитання «Які проблеми Вашої громади Ви вважаєте найгострішими?» зафіксований досить високий рівень незадоволення можливістю працевлаштування (33,6%) та рівнем доходів (18,9%).

До групи найгостріших проблем потрапили поширення пияцтва, наркоманії, крадіжок (13,8%), відсутність газифікації (10,0%) та належного побутового обслуговування (6,5%). Найменш вагомими визначені неможливість передати в оренду земельну частку (пай), житлове питання, стан і доступність закладів охорони здоров'я, освіти, культури. Рейтинг цих показників коливається від 3,2 до 4,6%. Як вже відмічено, учасниками опитування визначено три найгостріші проблеми, що на сьогодні хвилюють мешканців сільської громади. Це забезпечення робочими місцями, особливо молоді, рівень доходів сільських сімей, прояв і поширення таких негативних явищ як пияцтво, наркоманія та злочинність. Можливість працевлаштування хвилює респондентів усіх районів. Проте найбільше переймаються цим питанням мешканці Коростишівського району (37,7% опитаних). Рейтинг районів за недостатнім рівнем доходів розподілений пропорційно і варіює від 15,6% в Андрушівському районі до 23,0% в Ємільчинському районі. Зловживання алкоголем, наркоманія призводять до злочинності. Поширення цих негатив-

них явищ турбує від 10,5% респондентів у Народицькому та Червоноармійському районах до 18,4% у Лугинському районі. Поряд з цим, від 5,1% сільських мешканців Ємільчинського району до 15,1% Любарського району нагальною вважають проблему газифікації, а від 4,9% селян Вол.-Волинського району до 8,8% Олевського району переймаються відсутністю належного побутового обслуговування.

Майже на один рівень учасники анкетування поставили проблеми щодо стану і доступності закладів охорони здоров'я, освіти, культури та забезпечення житлом (в середньому по області по 4,6% відповідей). Проте в районному розрізі відповіді на ці питання дещо варіюють. Зокрема, рейтинг районів щодо житлового питання коливається від 2,9% у Баранівському, Попільнянському та Червоноармійському районах до 6,2% в Овруцькому районі, а відносно стану та доступності закладів соціальної сфери — від 2,8% у Житомирському до 8,8% в Ємільчинському районах. Екологічний стан сільських громад хвилює не тільки мешканців територій, що потерпіли від аварії на Чорнобильській АС.

Таблиця 15

Результати відповідей на запитання «Які проблеми Вашої громади Ви вважаєте найгострішими?»

Варіанти відповідей	Усі респонденти		У тому числі за віковими групами, років					
			до 35		35–55		понад 55	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Працевлаштування	6513	33,6	1480	35,6	4088	34,1	945	29,2
Рівень доходів	3667	18,9	832	20,0	2215	18,5	620	19,2
Неможливість передати в оренду земельний пай	614	3,2	54	1,3	429	3,6	131	4,0
Житлове питання	884	4,6	254	6,1	525	4,4	105	3,2
Поширення пияцтва, наркоманії, крадіжок тощо	2682	13,8	560	13,5	1632	13,6	490	15,1
Екологічна ситуація	809	4,2	174	4,2	522	4,4	113	3,5
Газифікація	1949	10,0	377	9,0	1210	10,1	362	11,2
Стан і доступність закладів охорони здоров'я, освіти і культури	888	4,6	188	4,5	516	4,3	184	5,7
Відсутність належного по-бुтового обслуговування	1261	6,5	217	5,2	787	6,6	257	8,0
Інше	109	0,6	24	0,6	56	0,4	29	0,9
Усього	19376	100,0	4160	100,0	11980	100,0	3236	100,0

Тут рівень відповідей коливається в межах 3,6 — 5,2%. Найбільше занепокоєння екологічною ситуацією виразили селяни Вол.-Волинського району, де розміщене найбільше в країні підприємство з видобутку титанового кон-

центрату — Іршанський ГЗК, — 7,2% респондентів. Рейтинг районів стосовно неможливості передати в оренду земельну частку (пай) варіює від 0,6% у Малинському районі до 8,4% у Баранівському районі і прямо пропорційно залежить від географічного розташування великих агроформувань, їх кількості та спеціалізації.

До найважливіших проблем, що заважають економічному розвитку сільської територіальної громади, на думку їх мешканців, відносяться: недостатні розміри державного і місцевого бюджетів (24,8%), слабкий захист прав власності державою (12,1%), високі ставки податків та обов'язкових соціальних платежів (10,8%), недостатні повноваження органів державної влади та місцевого самоврядування щодо регулювання економіки (9,9%) та недостатній обсяг інвестицій (7,9%). Рейтинг ряду проблем, пов'язаних з дотриманням чинного законодавства (недотримання або неналежне виконання національного законодавства органами державної влади та місцевого самоврядування, небажання громадян та бізнесу сплачувати податки та обов'язкові платежі, висока корупція в органах державної влади та місцевого самоврядування, низька законослухняність громадян та бізнесу), коливається від 2,8 до 7,8%. Як вже згадано, за результатами опитування більшість респондентів у всіх районах визначають, що однією з найважливіших перешкод економічному розвитку їх громади є недостатні розміри державного та місцевого бюджетів.

Слід відмітити, що тут варіація за районами незначна, від 22,8% у Ружинському районі до 26,9% у Брусилівському та Червоноармійському районах. На другому місці серед гальмуючих причин є слабкий захист прав власності державою. Так вважають від 9,8% опитаних селян Романівського району до 15,4% Баранівського району. Третє місце відведене високим ставкам податків та обов'язкових платежів. Рейтинг районів за цією причиною коливається від 8,9% охоплених анкетуванням громадян у Чуднівському районі до 14,2% у Ружинському районі. Майже однакова середньообласна частка відповідей розподілена між низькою законослухняністю громадян і бізнесу та недостатнім обсягом інвестицій, 7,8% та 7,9% відповідно.

За районами розподіл відповідей стосовно низької законослухняності громадян і бізнесу варіює від 6,7% у Нов.-Волинському районі до 9,7% у Черняхівському районі. Відносно недостатнього обсягу інвестицій, то нижня межа варіації відповідей — 4,4%, відмічена в Червоноармійському та Черняхівському районах, а верхня — 12,2%, у Брусилівському районі. Певна частка селян (в середньому по області їх 9,9%) вважають, що органи державної влади та місцевого самоврядування не наділені достатніми повноваженнями щодо регулювання економіки регіону. Рейтинг районів за цією ознакою коливається від 8,3% у Малинському та Овруцькому районах до 12,6% у Народицькому районі. Водночас від 4,0% респондентів Коростенського району до 7,9% Лугинського району вважають, що однією з причин гальмування економічного розвитку стало надмірне втручання держави у регулювання економічних відносин. Поряд з цим, від 3,8% опитаних селян у Баранівському районі до 6,5% у Вол.-Волинському районі відмітили, що стабілізації економічного розвитку їх громад суттєво перешкоджають небажання громадян і

бізнесу сплачувати податки та обов'язкові платежі. Крім того, від 5,0% громадян Чуднівського району до 8,9% Ємільчинського району серед найгостріших проблем відмітили високий рівень корупції в органах державної влади та місцевого самоврядування. При відповіді на запитання «Чи задоволені Ви рівнем роботи закладів сфери послуг (лазня, хімчистка, ремонт побутових приладів та ін.) у Вашому населеному пункті?» переважна більшість респондентів (77,2%) вказала, що таких закладів у їх населених пунктах немає.

Таблиця 16

Результати відповідей на запитання «Які найважливіші проблеми, з Вашої точки зору, заважають економічному розвитку у Вашому регіоні?»

Варіанти відповідей	Усі респонденти		У тому числі за віковими групами, років					
			до 35		35–55		понад 55	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Надмірне втручання держави у регулювання економічних взаємовідносин	1549	5,8	339	5,9	909	5,6	301	6,4
Недостатні повноваження органів державної влади та місцевого самоврядування щодо регулювання економіки	2617	9,9	492	8,6	1618	10,0	507	10,8
Недостатні розміри державного/місцевого/ бюджетів	6587	24,8	1418	24,9	4132	25,6	1037	22,2
Високі ставки податків та обов'язкових соціальних платежів	2876	10,8	612	10,7	1755	10,9	509	10,9
Недотримання або неналежне виконання національного законодавства органами державної влади та місцевого самоврядування	745	2,8	150	2,7	444	2,7	151	3,2
Низька законослухняність громадян та бізнесу	2069	7,8	476	8,3	1240	7,7	353	7,6
Висока корупція в органах державної влади та місцевого самоврядування	1718	6,5	377	6,6	1063	6,6	278	5,9

Небажання громадян та бізнесу сплачувати податки та обов'язкові платежі	1365	5,1	280	4,9	832	5,1	253	5,4
Обтяжливий та надмірний контроль за економічними суб'єктами з боку органів державної влади і місцевого самоврядування	405	1,5	112	2,0	208	1,3	85	1,8
Надмірна лібералізація економічних відносин	288	1,1	61	1,1	148	0,9	79	1,7
Слабкий захист прав власності державою	3209	12,1	629	11,0	1976	12,2	604	12,9
Недостатній обсяг інвестицій	2093	7,9	481	8,4	1277	7,9	335	7,2
Недостатній доступ бізнесу до кредитів від банків і інших фінансових компаній	771	2,9	217	3,8	422	2,6	132	2,8
Політика інших держав	264	1,0	64	1,1	144	0,9	56	1,2
Усього	26556	100,0	5708	100,0	16168	100,0	4680	100,0

Не задоволені рівнем роботи існуючих закладів сфери послуг 11,5% опитаних сільських мешканців, 6,7% — не зовсім задоволені та 4,6% — важко було оцінити якість функціонування цих закладів. За рівнем задоволення роботою закладів побутового обслуговування розподіл відповідей респондентів за районами свідчить, що від 68,2% сільських населених пунктів у Бердичівському районі до 91,7% у Лугинському районі таких закладів не мають зовсім. Серед тих, що користуються їх послугами, від 4,0% селян у Лугинському до 18,1% у Бердичівському районі виразили незадоволення їх діяльністю та від 2,0% у Лугинському районі до 9,9% у Червоноармійському районі — не зовсім задоволені. Крім цього, від 0,5% сільських мешканців Житомирського району до 8,6% Вол.-Волинського та Коростишівського районів не змогли оцінити якість побутових послуг.

Серед перспективних напрямків економічного розвитку сільської територіальної громади пріоритет було надано відродженню високотоварного сільськогосподарського виробництва (47,9%) та формуванню мережі збуту сільськогосподарської продукції (24,5%) і, як правило, з цим погодилися селяни усіх вікових груп.

Водночас, 15,9% опитаного населення вбачають перспективу економічного розвитку у розвитку підприємницької діяльності. В основному, це молодь у віці до 35 років (20,7% у цій віковій групі). На відродження промислового виробництва покладають надії 10,2% респондентів, серед них переважно молодь.

Таблиця 17

Результати відповідей на запитання «Чи задоволені Ви рівнем роботи закладів сфери послуг (лазня, хімчистка, ремонт побутових приладів та ін.) у Вашому населеному пункті?»

Варіанти відповідей	Усі респонденти		У тому числі за віковими групами, років					
			до 35		35–55		понад 55	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Незадоволені	1216	11,5	206	8,8	777	12,2	233	12,4
Не зовсім задоволені	711	6,7	181	7,8	365	5,7	165	8,7
Важко відповісти	493	4,6	169	7,2	249	3,9	75	4,0
Таких закладів у населеному пункті немає	8175	77,2	1783	76,2	4978	78,2	1414	74,9
Усього	10595	100,0	2339	100,0	6369	100,0	1887	100,0

Результати вивчення громадської думки щодо чинників, які сприятимуть економічному розвитку їх громади, показали, що в усіх, без винятку, районах більшість селян прагне відродження високотоварного сільськогосподарського виробництва. Щоправда, їх рейтинг дещо коливається: від 43,0% у Житомирському районі до 54,5% у Малинському районі.

Таблиця 18

Результати відповідей на запитання «Що, на Вашу думку, сприятиме економічному розвитку Вашої громади?»

Варіанти відповідей	Усі респонденти		У тому числі за віковими групами, років					
			до 35		35–55		понад 55	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Відродження високотоварного сільськогосподарського виробництва	6576	47,9	1315	44,1	4054	48,8	1207	49,5
Розвиток підприємництва	2191	15,9	617	20,7	1219	14,7	355	14,6
Розвиток промислового виробництва	1397	10,2	339	11,4	814	9,8	244	10,0
Формування мережі збуту сільськогосподарської продукції	3361	24,5	666	22,3	2106	25,3	589	24,2
Інше	205	1,5	44	1,5	120	1,4	41	1,7
Усього	13730	100,0	2981	100,0	8313	100,0	2436	100,0

Майже чверть опитаного в області населення надали перевагу формуванню мережі збуту сільськогосподарської продукції. Рейтинг районів за цим

напрямок варіює від 20,0% у Народицькому районі до 30,5% у Попільнянському районі. Разом з цим, від 10,9% респондентів Брусилівського району до 19,2% Овруцького району визначили, що економічному розвитку їх громади сприятиме становлення підприємництва на селі. Водночас від 6,6% учасників опитування у Коростишівському районі до 15,7% у Вол.-Волинському районі вважають, що саме розвиток промисловості забезпечить їх громаді економічний ріст. На думку сільських мешканців, соціальному розвитку їх територіальної громади сприятимуть, насамперед, створення робочих місць (38,0%), а також забезпечення справедливої винагороди за селянську працю (16,7%) та ремонт і реконструкція доріг і сільських вулиць (16,1%). Причому ці позиції є найбільш цінними для всіх вікових груп опитаного населення. Певна частка селян пов'язує майбутнє села з покращенням житлових умов (7,8%) та розширенням мережі побутових послуг (7,5%), а 5,3% — з завершенням газифікації.

Таблиця 19

Результати відповідей на запитання «Що, на Вашу думку, сприятиме соціальному розвитку Вашої громади?»

Варіанти відповідей	Усі респонденти		У тому числі за віковими групами, років					
	Кількість відповідей	%	до 35		35-55		понад 55	
			Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Створення робочих місць	7849	38,0	1723	38,5	4810	37,7	1316	38,1
Забезпечення справедливої винагороди за селянську працю	3462	16,7	653	14,6	2198	17,3	611	17,7
Будівництво житла	1601	7,8	397	8,9	967	7,6	237	6,9
Розширення мережі побутових послуг	1554	7,5	278	6,2	1012	7,9	264	7,7
Ремонт і реконструкція доріг та сільських вулиць	3319	16,1	683	15,3	2061	16,2	575	16,7
Завершення газифікації	1105	5,3	243	5,4	680	5,3	182	5,3
Реконструкція та будівництва спортивних споруд	492	2,4	127	2,8	284	2,2	81	2,4
Організація культурного дозвілля	1242	6,0	359	8,0	714	5,6	169	4,9
Інші	45	0,2	14	0,3	20	0,2	11	0,3
Усього	20669	100,0	4477	100,0	12746	100,0	3446	100,0

Рейтинг районів за напрямками, що сприятимуть соціальному розвитку громади, показав, що від 32,3% опитаних селян у Вол.-Волинському районі до 43,7% у Бердичівському районі надали пріоритет створенню робочих

мість. Від 13,8% респондентів Народицького району до 19,7% Брусилівського району вважають за необхідність забезпечити, перш за все, справедливую винагороду за селянську працю.

Поряд з цим, на думку від 13,5% сільських мешканців Бердичівського та Коростишівського районів до 21,8% Лугинського району соціальному розвитку їх громади сприятиме ремонт і реконструкція доріг та вулиць. Позитивно впливатиме на соціальний розвиток і будівництво житла, так вважають від 5,6% селян Попільнянського району до 10,9% Народицького району. Що стосується розширення мережі побутових послуг, то тут рейтинг районів коливається в межах від 4,9% у Романівському районі до 9,7% у Вол.-Волинському районі. Водночас від 4,2% респондентів Баранівського району до 7,8% Романівського району вбачають необхідність в організації культурного дозвілля на селі, а від 3,3% селян Коростишівського району до 9,1% Любарського та Романівського районів — у завершенні газифікації їх населених пунктів.

Незважаючи на те, що становлення підприємницької діяльності на селі може стати запорукою покращення економічного становища сільських територій, лише 28,4% опитаних громадян хотіли б стати підприємцями, з них найбільше у віці до 35 років (44,2% у цій віковій групі). Але переважна більшість (71,6%) не має наміру займатися підприємництвом. Після обробки даних в розрізі районів з'ясувалося, що їх частка коливається від 68,2% (Нов.-Волинський район) до 75,9% (Смільчинський район).

Таблиця 20

Результати відповідей на запитання «Чи хотіли б Ви стати підприємцем?»

Варіанти відповідей	Усі респонденти		У тому числі за віковими групами, років					
	Кількість відповідей	%	до 35		35–55		понад 55	
			Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Так	3012	28,4	1035	44,2	1716	26,9	261	13,8
Ні	7583	71,6	1304	55,8	4653	73,1	1626	86,2
Усього	10595	100,0	2339	100,0	6369	100,0	1887	100,0

Водночас, на запитання «Чи вважаєте Ви себе здатним до підприємницької діяльності?» позитивно відповіли 37,2% селян, переважна їх частка (50,7%) до 35-річного віку. Рейтинг районів за часткою респондентів, що вважають себе здатними до підприємницької діяльності, коливається від 28,8% сільських мешканців у Коростишівському районі до 43,7% у Житомирському районі.

Розподіл відповідей на запитання «В яких сферах економічної діяльності Ви б хотіли відкрити власну справу?» свідчить, що більшість (24,4%) опитаних надають перевагу діяльності у сільськогосподарській галузі, 20,7% — торгівлі, 14,3% — хотіли б спробувати себе у сфері послуг. Малоперспективними, на думку сільських мешканців, є такі види діяльності як промисло-

вість, операції з нерухомістю, транспорт і зв'язок та фінансова діяльність. Їх рейтинг коливається в межах 1,5–2,8%. Водночас кожного п'ятого селянина (22,8%) не приваблює жоден з цих видів економічної діяльності.

Таблиця 21

Результати відповідей на запитання «Чи вважаєте Ви себе здатним до підприємницької діяльності?»

Варіанти відповідей	Усі респонденти		У тому числі за віковими групами, років					
	Кількість відповідей	%	до 35		35–55		понад 55	
			Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Так	3946	37,2	1187	50,7	2368	37,2	391	20,7
Ні	6649	62,8	1152	49,3	4001	62,8	1496	79,3
Усього	10595	100,0	2339	100,0	6369	100,0	1887	100,0

За районами області, відповідаючи на питання «В яких сферах економічної діяльності Ви б хотіли відкрити власну справу?», більшість селян виявились прихильниками сільського господарства. Частка таких варіантів від 19,1% (Вол.-Волинський район) до 28,7% (Лугинський район). Певна їх частка проявила інтерес до діяльності у сферах торгівлі (від 15,3% у Бердичівському районі до 28,6% у Романівському районі) та послуг (від 8,9% у Народицькому районі до 18,8% у Ружинському районі). Від 3,6% респондентів Радомишльського району до 8,5% Народицького району надали пріоритет громадському харчуванню (ресторанному господарству). Менш привабливими, на погляд учасників опитування, виявились такі види діяльності як будівництво (від 2,8% у Брусилівському районі до 5,5% в Овруцькому районі), фінансова діяльність (від 1,2% в Овруцькому районі до 4,9% у Народицькому районі), транспорт і зв'язок (від 0,9% у Романівському районі до 3,9% у Вол.-Волинському та Малинському районах), операції з нерухомістю (від 0,6% у Житомирському районі до 3,3% у Лугинському районі) та промисловість (від 0,5% у Романівському районі до 3,0% у Баранівському районі). Водночас, від 13,5% сільських мешканців Коростенського району до 33,7% Овруцького району не проявили інтересу до жодного з вищеперерахованих видів економічної діяльності.

Рейтинг ряду проблем, які заважають реалізації планів займатися підприємницькою діяльністю, розподілився наступним чином: перше місце посіла висока ризикованість (20,0%), на другому — висока вартість кредитів (17,7%). Здійсненню вищезгаданих планів також заважають стан здоров'я (16,4%) та вік (15,3%), а 12,2% опитаних не впевнені у власних підприємницьких здібностях. Відлякують майбутніх підприємців недосконале оподаткування (9,2%) та відсутність інформації про можливості започаткування та особливості ведення бізнесу в певній сфері (4,2%), а 0,7% респондентів зіткнулися з перешкодами з боку органів місцевого самоврядування.

Результати відповідей на запитання «В яких сферах економічної діяльності Ви б хотіли відкрити власну справу?»

Варіанти відповідей	Усі респонденти		У тому числі за віковими групами, років					
	Кількість відповідей	%	до 35		35–55		понад 55	
			Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Сфера послуг	1518	14,3	387	16,5	921	14,5	210	11,1
Громадське харчування (ресторанне господарство)	602	5,7	193	8,3	359	5,6	50	2,7
Сільське господарство	2586	24,4	429	18,3	1648	25,9	509	27,0
Торгівля	2192	20,7	643	27,5	1324	20,8	225	11,9
Будівництво	428	4,0	133	5,7	244	3,8	51	2,7
Транспорт і зв'язок	236	2,2	63	2,7	153	2,4	20	1,1
Промисловість	157	1,5	47	2,0	81	1,3	29	1,5
Операції з нерухомістю	164	1,6	46	2,0	85	1,3	33	1,7
Фінансова діяльність	300	2,8	79	3,4	184	2,9	37	2,0
Інше (не хочуть займатися підприємницькою діяльністю)	2412	22,8	319	13,6	1370	21,5	723	38,3
Усього	10595	100,0	2339	100,0	6369	100,0	1887	100,0

Як і в цілому по області, за районами серед чинників, що заважають реалізації планів займатися підприємницькою діяльністю, домінантами є висока ризикованість (від 16,6% у Радомишльському районі до 23,8% в Овруцькому районі) та висока вартість кредитів (від 15,1% у Народицькому районі до 19,7% у Попільнянському районі). За станом здоров'я не можуть займатися підприємництвом від 10,6% селян Овруцького району до 21,4% Народицького району, а від 13,1% мешканців Брусилівського та Овруцького районів до 19,6% Коростишівського району став на заваді їх вік. Поряд з цим, від 8,9% селян Коростишівського та Радомишльського районів до 15,7% Олевського та Чуднівського районів зізналися у невпевненості у власних підприємницьких здібностях. Через відсутність необхідної інформації щодо можливостей започаткування та особливостей введення бізнесу не можуть започаткувати підприємницьку діяльність від 3,3% мешканців Нов.-Волинського району до 5,5% Радомишльського району.

У кожному районі певна частка бажаючих відкрити власну справу (від 0,2% у Черняхівському районі до 1,2% у Народицькому районі) відмітили, що саме органи місцевого самоврядування перешкоджають розвитку їх бізнесу.

Результати відповідей на запитання «Які чинники заважають реалізації Ваших планів займатися підприємницькою діяльністю?»

Варіанти відповідей	Усі респонденти		У тому числі за віковими групами, років					
	Кількість відповідей	%	до 35		35–55		понад 55	
			Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Стан здоров'я	2231	16,4	251	8,5	1403	17,1	577	23,8
Вік	2083	15,3	70	2,4	808	9,8	1205	49,8
Невпевненість у власних підприємницьких здібностях	1664	12,2	498	16,8	1078	13,1	88	3,6
Висока ризикованість	2728	20,0	791	26,7	1778	21,6	159	6,6
Недосконале оподаткування	1244	9,2	305	10,3	864	10,5	75	3,1
Висока вартість кредитів	2410	17,7	692	23,3	1547	18,8	171	7,1
Відсутність інформації про можливості започаткування та особливості ведення бізнесу в певній сфері	568	4,2	179	6,0	340	4,1	49	2,0
Перешкоди з боку органів місцевого самоврядування	97	0,7	47	1,6	48	0,6	2	0,1
Інше	585	4,3	133	4,4	358	4,4	94	3,9
Усього	13610	100,0	2966	100,0	8224	100,0	2420	100,0

Водночас від 1,3% (Лугинський район) до 8,8% (Вол.-Волинський район) майбутніх підприємців вказали інші причини. За результатами соціологічного дослідження більшість селян вважає, що організації підприємницької діяльності сприятимуть пільгове кредитування (37,6%) та безоплатне навчання організації власної справи (23,0%), а також пільгове оподаткування (19,5%). Незначна кількість опитаних дотримується думки щодо проведення заходів для виявлення здатних до підприємницької діяльності (5,8%).

Рейтинг чинників, які, на думку респондентів, сприятимуть організації підприємницької діяльності, розподілений за районами наступним чином: від 29,4% мешканців Народицького району до 41,7% Лугинського району є прихильниками пільгового кредитування організації власної справи, а від 17,8% селян Лугинського району до 29,9% Народицького району задекларували, що важливим для них є безоплатне навчання майбутньої справи.

На консультаційну та інформаційну підтримку після організації власної справи хотіли б розраховувати від 6,7% (Малинський район) до 13,7% бізнесменів-початківців (Смільчинський район). Вважають за необхідність проведення заходів щодо виявлення здатних до підприємницької діяльності від 3,5% (Баранівський район) до 9,1% селян (Олевський район). За інші чинни-

ки віддали свої голоси від 1,3% (Овруцький район) до 7,7% респондентів (Коростишівський район).

Таблиця 24

Результати відповідей на запитання «Які чинники, на Вашу думку, сприятимуть організації підприємницької діяльності?»

Варіанти відповідей	Усі респонденти		У тому числі за віковими групами, років					
	Кількість відповідей	%	до 35		35–55		понад 55	
			Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Пільгове кредитування організації власної справи	5235	37,6	1141	36,9	3153	37,3	941	39,7
Безплатне навчання майбутньої справи	3201	23,0	718	23,2	1973	23,3	510	21,5
Консультаційне та інформаційне забезпечення підприємців з економічних, технологічних, правових питань після організації власної справи	1378	9,9	354	11,5	832	9,8	192	8,1
Проведення заходів для виявлення здатних до підприємницької діяльності	809	5,8	191	6,2	496	5,9	122	5,1
Пільгове оподаткування	2705	19,5	581	18,8	1674	19,8	450	19,0
Інше	588	4,2	106	3,4	325	3,9	157	6,6
Усього	13916	100,0	3091	100,0	8453	100,0	2372	100,0

Рейтинг існуючих джерел одержання інформації про можливості започаткування та особливості ведення власної справи розподілився наступним чином: телебачення (39,5%), газетні, журнальні публікації (28,2%) та радіо (11,2%). Водночас, певна частка громадян отримує необхідну інформацію на курсах підвищення кваліфікації (7,3%) та загальних зборах і сходах селян (5,0%), 4,5% — з брошур та інформаційних листів. І лише незначна кількість опитаних користуються послугами дорадчої служби (1,9%). За результатами обстеження та їх аналізу за районами виявлено, що до основних інформаційних джерел щодо можливостей започаткування та особливостей ведення власної справи стабільно потрапили: телебачення (від 35,5% у Нов.-Волинському до 45,2% у Коростишівському районі); газетні та журнальні публікації (від 24,2% у Коростишівському районі до 31,4% у Черняхівському районі); радіо (від 6,6% у Народицькому районі до 14,3% в Андрушівському районі). Поряд з цим, певна частка мешканців області отримувала необхідну інформацію на курсах підвищення кваліфікації (від 4,0% у Брусилівському районі до 9,3% у Нов.-Волинському районі) та на загальних зборах і сходах

селян (від 3,0% у Ружинському районі до 7,0% у Червоноармійському районі). Брошури та листи інформаційного характеру отримували від 1,7% жителів Брусилівського району до 6,3% Червоноармійського та Чуднівського районів. До інформаційних послуг дорадчої служби зверталися лише від 0,9% сільських мешканців Бердичівського району до 3,0% Вол.-Волинського району. Від 0,6% (Барановський район) до 4,1% селян (Вол.-Волинський та Нов.-Волинський райони) одержували інформацію про можливості започаткування та особливості ведення власної справи з інших джерел (інтернет тощо).

Таблиця 25

Результати відповідей на запитання «Які Ви маєте джерела одержання інформації про можливості започаткування та особливості ведення власної справи?»

Варіанти відповідей	Усі респонденти		У тому числі за віковими групами, років					
	Кількість відповідей	%	до 35		35–55		понад 55	
			Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Радіо	1849	11,2	364	10,2	1002	10,0	483	16,5
Телебачення	6528	39,5	1380	38,7	3928	39,1	1220	41,8
Газетні, журнальні публікації	4666	28,2	993	27,8	2938	29,3	735	25,2
Курси підвищення кваліфікації	1211	7,3	290	8,1	779	7,8	142	4,9
Загальні збори та сходи селян	828	5,0	136	3,8	535	5,3	157	5,3
Брошури та інформаційні листки	745	4,5	222	6,2	454	4,5	69	2,4
Дорадча служба	311	1,9	79	2,2	203	2,0	29	1,0
Інше	396	2,4	107	3,0	203	2,0	86	2,9
Усього	16534	100,0	3571	100,0	10042	100,0	2921	100,0

На запитання «Яку інформацію щодо ведення сільськогосподарського виробництва Ви б хотіли отримувати?» першочерговими є відповіді щодо існуючих (37,5%) та потенційних можливостей збуту продукції (17,3%). Про джерела та умови отримання позик і кредитів хотіли б дізнатися 14,6% сільських мешканців. Консультації з економічних питань та оподаткування хотіли б отримати 13,3%. На консультації з агрономії та тваринництва розраховують 7,2% та 7,0 % селян відповідно. Оскільки більшість селян зацікавлені у підвищенні ефективності сільськогосподарського виробництва, то результати відповідей за районами розподілилися наступним чином: у першу чергу респондентів цікавить все, що стосується існуючих можливостей збуту виробленої продукції (від 31,9% у Вол.-Волинському районі до 42,0% у Бердичівському районі) та потенційних їх можливостей (від 13,5% у Любарському районі до 22,3% у Попільнянському районі).

Результати відповідей на запитання «Яку інформацію щодо ведення сільськогосподарського виробництва Ви б хотіли отримувати?»

Варіанти відповідей	Усі респонденти		У тому числі за віковими групами, років					
	Кількість відповідей	%	до 35		35–55		понад 55	
			Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Про існуючі можливості збуту продукції	5070	37,5	1001	33,4	3136	38,4	933	39,8
Про потенційні можливості збуту продукції	2339	17,3	492	16,4	1448	17,7	399	17,0
Консультації з агрономії	968	7,2	232	7,7	527	6,4	209	8,9
Консультації з тваринництва	942	7,0	210	7,0	543	6,7	189	8,1
Про джерела та умови отримання позик і кредитів	1981	14,6	545	18,2	1180	14,4	256	10,9
Консультації з економічних питань та оподаткування	1802	13,3	450	15,0	1092	13,4	260	11,1
Інше	417	3,1	71	2,3	247	3,0	99	4,2
Усього	13519	100,0	3001	100,0	8173	100,0	2345	100,0

Від 11,0% мешканців Коростишівського району до 16,6% Чуднівського району хотіли б дізнатися щодо джерел та умов отримання позик і кредитів. У консультаціях з економічних питань та оподаткування мають потребу від 9,7% (Коростенський район) до 20,7% (Овруцький район) учасників опитування. Поради досвідчених фахівців з агрономії хотіли б отримати від 5,4% селян Чуднівського району до 10,3% Черняхівського району, а з питань тваринництва — від 5,2% Овруцького району до 9,5% Брусилівського району. На відповіді з інших питань розраховують від 0,5% (Баранівський район) до 5,9% респондентів (Ружинський район).

При аналізі відповідей на запитання «У який спосіб Ви б хотіли отримувати необхідну консультаційну допомогу?» слід звернути увагу на практично рівномірний розподіл між представленими способами одержання консультацій: 25,5% опитаних хотіли б їх отримувати безпосередньо в господарстві, 24,3% — по телефону, 19,0% — відвідувати спеціальні навчальні заходи дорадчої служби (тренінги, семінари, круглі столи тощо), 14,4% розраховують на індивідуальні консультації фахівців в офісі дорадчої служби, а 11,9% хотіли б отримувати інформаційні матеріали вищезгаданої служби поштою. Стосовно способів консультаційної допомоги, яку хотіли б отримувати селяни, то рейтинг районів розподілився наступним чином: індивідуальні консультації безпосередньо в господарстві хотіли б отримувати

найбільше респондентів в Олевському районі (32,0%); консультування по телефону — у Малинському районі (30,0%). Спеціальні навчальні заходи дорадчої служби (тренінги, семінари тощо) хотіли б відвідувати від 13,0% селян Коростишівського району до 24,7% Ємільчинського району. Частка бажаючих отримувати інформаційні матеріали дорадчої служби коливається в межах від 9,7% (Бердичівський район) до 14,8% (Олевський район). Не задовольнив жоден із перерахованих способів від 1,4% учасників опитування у Баранівському районі до 12,1% — у Малинському районі.

За результатами відповідей «На яку допомогу Ви очікуєте від органів влади в питанні підтримки Вашої діяльності?» можемо зробити висновок, що домінуюча частка опитаних (87,1%) хотіла б отримати фінансову підтримку. Поряд з цим, 12,1% селян не розраховують на будь-яку допомогу, а 0,8% — висловили побажання, щоб органи влади не втручалися у їхню діяльність. Причому така думка притаманна сільським мешканцям усіх, без винятку, районів.

Таблиця 27

Результати відповідей на запитання «У який спосіб Ви б хотіли отримувати необхідну консультаційну допомогу?»

Варіанти відповідей	Усі респонденти		У тому числі за віковими групами, років					
	Кількість відповідей	%	до 35		35–55		понад 55	
			Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Індивідуальні консультації в офісі Дорадчої служби	1652	14,4	433	16,9	938	13,7	281	13,8
Індивідуальні консультації безпосередньо в господарстві	2923	25,5	511	20,0	1856	27,0	556	27,4
Консультування по телефону	2778	24,3	666	26,0	1570	22,9	542	26,7
Отримувати інформаційні матеріали дорадчої служби	1364	11,9	293	11,5	832	12,1	239	11,8
Спеціальні навчальні заходи дорадчої служби (тренінги, семінари, круглі столи тощо)	2179	19,0	582	22,8	1360	19,8	237	11,7
Інше	556	4,9	73	2,8	309	4,5	174	8,6
Усього	11452	100,0	2558	100,0	6865	100,0	2029	100,0

Стосовно впливу місцевих органів виконавчої влади на підприємницьку діяльність, то 54,5% респондентів оцінили його як позитивний, 36,1% — визнали нейтральним, 8,0% — відмітили негативний вплив, 1,4% — не змогли оцінити. Рейтинг позитивної оцінки впливу місцевих органів влади на під-

приємницьку діяльність коливався від 42,9% у Ємільчинському районі до 61,7% у Ружинському районі. Нейтральним цей вплив визнали від 30,8% селян Малинського району до 48,8% Ємільчинського району. Найбільше респондентів, що надали йому негативну оцінку, проживають у Баранівському (12,3%) Нов.-Волинському (11,5%), Житомирському та Олевському (по 11,3%) районах. За іншими критеріями оцінили відношення місцевої влади до розвитку підприємництва від 0,3% мешканців у Нов.-Волинському районі до 3,1% у Бердичівському районі.

Таблиця 28

Результати відповідей на запитання «Дайте оцінку впливу місцевих органів виконавчої влади на підприємницьку діяльність у вашому регіоні?»

Варіанти відповідей	Усі респонденти		У тому числі за віковими групами, років					
			до 35		35–55		понад 55	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Позитивна	5775	54,5	1261	53,9	3512	55,1	1002	53,1
Нейтральна	3824	36,1	865	37,0	2280	35,8	679	36,0
Негативна	847	8,0	189	8,1	498	7,8	160	8,5
Інша	149	1,4	24	1,0	79	1,3	46	2,4
Усього	10595	100,0	2339	100,0	6369	100,0	1887	100,0

Щодо перспектив розвитку економіки сільських територіальних громад на найближчі роки, то 36,0% селян вважає, що вона залишиться на існуючому рівні, 24,5% — прогнозує певний її ріст, 12,7% — навпаки, певний спад. Із загальної кількості опитаних 8,3% мешканців оптимістично підійшли до цього питання і плеають надію на значний ріст економічного розвитку, 6,7% песимістів передбачають значний його спад, 11,8% — не змогли відповісти. Слід відмітити, що оцінка респондентами перспектив економіки сільських населених пунктів на найближчі роки за районами має суттєві варіації. Зокрема, серед тих, хто вважає, що економіка їх села залишиться на існуючому рівні, 26,1% проживають у Коростишівському районі, а 46,4% — у Брусилівському районі. Від 18,0% мешканців Брусилівського району до 39,2% Коростишівського району прогнозують певний її ріст. Певний спад економічного розвитку передбачає від 8,9% селян (Нов.-Волинський район) до 18,0% (Бердичівський район). Водночас від 4,2% сільських жителів Ємільчинського району до 13,1% Народицького району сподіваються, що економіка їх населених пунктів значно зросте. Проте, від 2,5% населення Коростишівського району до 10,2% Житомирського району вважають, що в найближчі 2 роки відбудеться значний спад в економіці їх населених пунктів. Відмовилися від відповіді на це питання від 8,8% учасників опитування у Брусилівському районі до 19,7% у Вол.-Волинському районі.

Таблиця 29

Результати відповідей на запитання « Визначте, будь ласка, Вашу оцінку перспектив економіки Вашого населеного пункту на найближчі два роки?»

Варіанти відповідей	Усі респонденти		У тому числі за віковими групами, років					
	Кількість відповідей	%	до 35		35–55		понад 55	
			Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Значний ріст	878	8,3	224	9,6	525	8,2	129	6,8
Певний ріст	2592	24,5	593	25,4	1575	24,7	424	22,5
Залишитися на існуючому рівні	3817	36,0	831	35,5	2329	36,6	657	34,8
Певний спад	1348	12,7	280	12,0	781	12,3	287	15,2
Значний спад	711	6,7	129	5,5	431	6,8	151	8,0
Відмова відповіді	1249	11,8	282	12,0	728	11,4	239	12,7
Усього	10595	100,0	2339	100,0	6369	100,0	1887	100,0

Рівень впливу державної політики на центральному рівні на економіку сільських територій оцінювався чотирма позиціями: як позитивний, нейтральний, негативний та відмова відповіді. За результатами опитування 34,4% селян вважають, що державна політика на центральному рівні на економіку їх населених пунктів є нейтральною, 26,4% визнали її негативною, тоді як 19,9% — позитивною. Майже п'ята частина респондентів (19,3%) відмовилися від відповіді. Рейтинг районів за позитивною оцінкою респондентів коливався від 14,2% (Смільчинський район) до 27,1% (Коростишівський район), а їх рейтинг за нейтральною оцінкою — від 26,6% (Вол.-Волинський район) до 40,9% (Чуднівський район).

Таблиця 30

Результати відповідей на запитання « Визначте, будь ласка, Вашу оцінку щодо впливу державної політики на центральному рівні на економіку Вашого населеного пункту?»

Варіанти відповідей	Усі респонденти		У тому числі за віковими групами, років					
	Кількість відповідей	%	до 35		35–55		понад 55	
			Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Позитивна	2107	19,9	519	22,2	1241	19,5	347	18,4
Нейтральна	3641	34,4	796	34,0	2182	34,3	663	35,1
Негативна	2797	26,4	532	22,8	1767	27,7	498	26,4
Відмова відповіді	2050	19,3	492	21,0	1179	18,5	379	20,1
Усього	10595	100,0	2339	100,0	6369	100,0	1887	100,0

Поряд з цим, від 21,6% мешканців Малинського району до 33,2% Нов.-Волинського району переконані, що державна політика на центральному рівні

ні негативно впливає на економіку сільських населених пунктів. Водночас, від 12,6% селян у Коростишівському районі до 26,4% у Черняхівському районі відмовилися відповідати.

Що стосується впливу місцевих органів влади на економіку регіону, то 37,8% вважають його позитивним, 35,1% — нейтральним, а 8,0% — негативним. Поряд з цим, 19,1% респондентів не захотіли відповісти на це запитання. Розподіл за районами відповідей на питання щодо впливу місцевих органів влади на економіку регіону свідчить про те, що більшість учасників опитування вважають цей вплив позитивним (від 33,3% в Овруцькому районі до 45,9% у Радомишльському районі), а від 26,6% мешканців Вол.-Волинського до 48,4% Нов.-Волинського визнали його нейтральним. Водночас від 5,1% селян Ружинського району до 11,3% Баранівського району виявилися прихильниками думки, що місцеві органи влади мають негативний вплив на економіку регіону. Відмовилися від відповіді від 10,2% (Нов.-Волинський район) до 27,0% респондентів (Черняхівський район).

Таблиця 31

Результати відповідей на запитання « Визначте, будь ласка, Вашу оцінку щодо впливу місцевих органів влади на економіку регіону?»

Варіанти відповідей	Усі респонденти		У тому числі за віковими групами, років					
			до 35		35-55		понад 55	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Позитивна	4002	37,8	886	37,9	2400	37,7	716	37,9
Нейтральна	3722	35,1	808	34,6	2256	35,4	658	34,9
Негативна	846	8,0	167	7,1	536	8,4	143	7,6
Відмова відповіді	2025	19,1	478	20,4	1177	18,5	370	19,6
Усього	10595	100,0	2339	100,0	6369	100,0	1887	100,0

Загальний аналіз результатів вивчення громадської думки сільських мешканців щодо перспектив розвитку їх територіальних громад дозволяє зробити такі висновки:

– більшість проблем, які переважно хвилюють селян, пов'язані з працевлаштуванням на території громади, низьким рівнем доходів сільських родин, поширенням на селі таких негативних явищ, як зловживання алкогольними напоями, наркоманія та злочинність, а також стосуються житлово — побутових умов їх проживання;

– відсутність необхідної інформації з питань започаткування та особливостей ведення бізнесу, висока вартість кредитів викликали у селян острах високої ризикованості щодо започаткування власної справи. Тому, звиклі працювати на землі, сільські мешканці прагнуть відродження високотоварного сільськогосподарського виробництва і вважають, що саме це забезпечить їх громаді економічний ріст.

ЧАСТИНА 8. ПРИКЛАДИ УСПІШНОГО ДОСВІДУ ОРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СЕЛІ

**Виготовлення картин із шкіри, пошиття штор, дизайн інтер'єрів.
Покупці картин із всієї України, а також з Польщі, Канади.
Замовлення на кравецькі послуги приймає у місцевому магазині
тканин**



**Вишивання картин, рушників.
Участь у виставках, вишивання на замовлення.**



Виготовлення виробів із соломки (шкатулок, ваз, кошків, декоративних картин, панно та ін.).



Художня різьба по дереву, виготовлення столярних виробів на замовлення, малювання картин маслом.



Виготовлення кованих виробів на замовлення. Ветлікар за освітою, після італійських заробітків у подібній майстерні, вирішив відкрити власний бізнес в Україні.



Виготовлення ткацьких виробів: килимів, рушників.



Місце відпочинку баня. До послуг гостей чудова сауна з джакузі, басейн з гідромасажем, кімната відпочинку, більярд, стоянка для легкового автотранспорту, літній майданчик для дітей.



Понад 10 років займається виготовленням упряжі для коней. В асортименті представлена продукція, яка необхідна кожному господарю, у господарстві якого є коні (хомути, уздечки, удила, набедреники та інше).



Гостинна садиба ``Гаївка`` Данильчука Миколи і Недопада Григорія

(Рожищенський район, с. Ольганівка)

Перших туристів садиба прийняла у лютому 2009 року.

У двох кімнатах двоповерхового дерев'яного будиночка з усіма зручностями можуть розміститися четверо осіб.

Поряд баня і ставок з альтанкою на острівці.

По один бік садиби ліс, по інший – поле.

Любителі риболовлі мають шанс упіймати коропа чи білого амура.

До послуг готові й два коника.

Взимку віз змінюють на сани.

Є вже постійні клієнти, серед них і туристи з Німеччини.



Приватний підприємець Підв'язний Василь Васильович

(Любомльський район, с. Олеськ)

Відкрив млин, для потреб населення, облаштував складські приміщення для зерна та санітарно-побутовий блок. Але найбільшою радістю підприємця є невеличка паркова зона і ставок.

Біля ставка облаштовано відпочинкову зону, де можна і покупатися, і позагаряти, а рибалкам спробувати впіймати на юшку карася, чи коропа.

Має на меті створити агро-туристичний комплекс.

Вже сьогодні до послуг відвідувачів працює фітнес та тренажерний зали.



ЧАСТИНА 9. КОРИСНА ІНФОРМАЦІЯ

Структура центрального апарату Державної реєстраційної служби України

Структурні підрозділи центрального апарату Керівництво		
Голова	Єфіменко Леонід Васильович	233-65-10 (приймальня)
Перший заступник Голови	Завальна Інна Ігорівна	233-65-20 (приймальня)
Заступник Голови	Кухаренко Ірина Анатоліївна	233-65-30 (приймальня)
Прес-служба (сектор)	Белова Юлія Іванівна	233-64-71
Департамент у справах цивільного стану громадян	Кунда Валентина Володимирівна	233-64-73
Департамент державної реєстрації речових прав на нерухоме майно	Дідик Андрій Миколайович	233-64-93
Департамент державної реєстрації юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців	Барбелюк Олександр Борисович	233-65-24
Департамент легалізації об'єднань громадян, державної реєстрації друкованих засобів масової інформації та інформаційних агентств	Семьоркіна Олена Миколаївна	233-64-92
Управління кадрової роботи та державної служби	Островська Олена Василівна	233-65-46
Юридичне управління	Пітлік Ганна Борисівна	233-65-47
Департамент контролю, документального забезпечення, інформаційних технологій та адміністративно-господарської роботи	Янківський Іван Іванович	233-64-90
Відділ роботи зі зверненнями громадян та доступу до публічної інформації	Підлісний Анатолій Петрович	233-65-14
Управління бухгалтерського обліку, планування та звітності	Шевченко Оксана Володимирівна	233-65-21
Управління організаційно-аналітичної роботи	Селівон Григорій Федосович	233-65-26
Сектор внутрішнього аудиту		233-65-07
Сектор режимно-секретної та мобілізаційної роботи	Іщук Володимир Михайлович	233-65-58
Відділ міжнародного співробітництва	Дантанг Євгенія Володимирівна	233-65-48

**Органи державної реєстрації
Житомирська область**

1	Андрушівська районна державна адміністрація	13400 м. Андрушівка, пл. Леніна, 1	4136 2-27-01
2	Баранівська районна державна адміністрація	12700, м. Баранівка, вул. Леніна, 12	4144 4-23-61
3	Бердичівська районна державна адміністрація	13301, м. Бердичів, пл. Соборна, 23	4143 4-26-08
4	Брусилівська районна державна адміністрація	12601, смт. Брусилів, вул. Короленка, 2	4162 3-02-87
5	Володарсько-Волинська районна державна адміністрація	12100, смт. Володарськ-Волинський, вул. Карла Маркса, 6	4145 3-24-85
6	Ємільчинська районна державна адміністрація	11200, смт. Ємільчине, вул. Леніна, 18	4149 2-13-35
7	Житомирська районна державна адміністрація	10003, м. Житомир, вул. Лесі Українки, 1	412 42-46-82
8	Коростенська районна державна адміністрація	11500, м. Коростень, вул. Грушевського, 60/2	4142 9-62-77
9	Коростишівська районна державна адміністрація	12505, м. Коростишів, вул. Червона площа	4130 5-24-44
10	Лугинська районна державна адміністрація	11300, смт. Лугини, вул. К. Маркса, 4	4161 9-12-65
11	Любарська районна державна адміністрація	18 13100, смт. Любар, вул. Леніна, 39	4147 2-38-04
12	Малинська районна державна адміністрація	11603, м. Малин, пл. Соборна, 6а	4133 5-25-00
13	Народицька районна державна адміністрація	11400, смт. Народичі, вул. 1-го Травня, 15	4140 2-12-35, 2-12-32
14	Новоград-Волинська районна державна адміністрація	11708, м. Новоград-Волинський, вул. Шевченка, 16	4141 5-24-92
15	Овруцька районна державна адміністрація	11106, м. Овруч, вул. Радянська, 31	4148 4-37-99
16	Олевська районна державна адміністрація	11000, м. Олевськ, вул. Свято-Миколаївська, 4	4135 2-24-96
17	Попільнянська районна державна адміністрація	13500, смт. Попільня, вул. Б.Хмельницького, 7	4137 2-58-95
18	Радомишльська районна державна адміністрація	12200, м. Радомишль, Соборний майдан, 12	4132 4-23-75
19	Романівська районна державна адміністрація	13002, смт. Романів, вул. 50 років Жовтня, 2	4146 2-26-11

20	Ружинська районна державна адміністрація	13601, смт. Ружин, вул. Бірюкова, 2	4138 3-10-09
21	Червоноармійська районна державна адміністрація	112000, смт. Червоноармійськ, вул. Леніна, 123	4131 3-12-86, 3-16-14
22	Черняхівська районна державна адміністрація	12301, смт. Черняхів, майдан Рад	4134 4-12-45
23	Чуднівська районна державна адміністрація	13200, смт. Чуднів, вул. Леніна, 104	4139 2-20-95
24	Виконавчий комітет Бердичівської міської ради	13300, м. Бердичів, пл. Жовтнева, 1	4143 2-77-23
25	Виконавчий комітет Житомирської міської ради	10014, м. Житомир, майдан Рад, 4/2	412 481214, 481213, 481189, 481211
26	Виконавчий комітет Коростенської міської ради	11500, м. Коростень, вул. Грушевського, 22	4142 5-01-45
27	Виконавчий комітет Новоград-Волинської міської ради	11700, м. Новоград-Волинський, вул. Шевченка, 16	4141 3-50-79
28	Виконавчий комітет Малинської міської ради	11603, м. Малин, пл. Соборна, 6	4143

Інтернет-ресурси

<http://sme.org.ua/> — Експерт СМБ сайт для середнього та малого бізнесу.

<http://yurist-online.com/> — Юридичні послуги Online.

<http://uckk.gu/> — Основи правового захисту в Україні.

<http://www.merega.kiev.ua/> — Підтримка почаковому підприємцю.

<http://tax-ua.it-blogs.com.ua/> — Інформаційно-правовий сайт для підприємців

<http://buhgalter911.com> — інформаційний портал «Бухгалтер 911», оперативно розповідає про події в сфері бухгалтерського та податкового обліку. Тут Ви знайдете останні зміни законодавства, довідкову та нормативну інформацію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010р. №2755-VI (глава 1 «Спрощена система оподаткування, обліку та звітності» розділу XIV)
2. Закон України від 04.11.2011р. №4014-VI «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності».
3. Закон України від 08.07.2010р. №2464-VI «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування».
4. Наказ Міністерства фінансів України від 15.12.2011р. № 1637 «Про затвердження форм книги обліку доходів і книги обліку доходів і витрат та порядків їх ведення» (zareєстровано в Міністерстві юстиції України 27.12.2011р. за №1534/20272).
7. Наказ Міністерства фінансів України від 21.12.2011р. №1688 «Про затвердження форм податкових декларацій платника єдиного податку» (zareєстровано в Міністерстві юстиції України 27.12.2011р. за №1533/20271).
8. Національний класифікатор України ДК 09:2005 «Класифікація видів економічної діяльності» (наказ Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 26.12.2005р. №375).
9. Національний класифікатор України ДК 09:2010 «Класифікація видів економічної діяльності» (наказ Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 11.10.2010р. №457).
10. Довідник підприємця: спрощена система оподаткування, обліку та звітності. — Івано-Франківськ, 2012. — 41 с.
11. Зелена книга малого бізнесу України. — 2012 / Д.В. Ляпін, В.І. Дубровський, О.М. Пішуліна, О.П. Продан. — К.: Інститут власності і свободи, 2012. — 124 с.
12. Коновал І.А. Бізнес-планування підприємницької діяльності в АПК. — К.: ЗАТ «НІЧ ЛАВА», 2010. — 135 с.
13. Можливості працевлаштування молоді у сфері зеленого туризму: методичні рекомендації щодо започаткування власної справи/ [за заг. ред. О.В. Кулініча]. — Х.: Інститут соціальної політики регіону, 2011. — 124 с.
14. 10 Кроків до започаткування власного агротуристичного бізнесу: матеріали проекту: «Почни свій бізнес на селі. Позааграрна підприємницька діяльність задля добробуту українських селян (агротуризм)». Проект MSZ пр 77/2011/PR/2011. — 240 с.

ДОДАТКИ

Додаток 1

Зведена інформація про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності відповідно до ПКУ

Критерій	I група	II група
Платники податку	ФОП	ФОП
Кількість найм. працівників*	0	0 або одночасно не перевищує 10
Доплата за найм. працівників	відсутня	відсутня
Обсяг доходу	не більше 150 тис. грн.	не більше 1000 тис. грн.
Види діяльності	виключно роздрібний продаж товарів торговельних місць на ринках та/або надання побутових послуг населенню (перелік наведено нижче)	- господарська діяльність з надання послуг (у т. ч. побутових) платникам єдиного податку та/або населенню; - виробництво та/або продаж товарів; - діяльність у сфері ресторанного господарства КРІМ: надання посередницьких послуг з купівлі, продажу, оренди та оцінювання нерухомого майна (гр.70.31 КВЕД ДК 009:2005)
До міського бюджету	100% коштів	100% коштів
Ставка податку залежно від виду діяльності з розрахунку на календарний місяць	1-10% мін. з/п У разі якщо платник ЄП провадить кілька видів господарської діяльності, для яких встановлено різні ставки податку, такий підприємець отримує одне свідоцтво і сплачує податок за більшою ставкою. У разі здійснення господарської діяльності на територіях більш як однієї сільської, селищної або міської ради застосовується максимальний розмір ставки єдиного податку, встановлений для відповідної групи таких платників	2-20% мін. з/п
Податковий період	Календарний рік	Календарний рік
Звітність	протягом 60 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного року	протягом 40 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного кварталу
Нарахування і сплата	Сплачують єдиний податок авансовими внесками не пізніше 20 числа (включно) поточного місяця. Нарахування таких авансових внесків ДПІ здійснює на підставі заяви щодо розміру обраної ставки, заяви щодо періоду щорічної відпустки та/або заяви щодо терміну тимчасової втрати працездатності. Підприємці I та II груп, які не використовують найману працю, звільняються від сплати ЄП на час відпустки (I календарний місяць на рік), а також за період хвороби (підтверженою копією листка непрацездатності, якщо хвороба триває 30 і більше календарних днів). Суми сплачені за такий період за заявою підприємця зараховуються в рахунок майбутніх платежів.	
Розрахунки	Виключно в грошовій формі (готівковій та/або безготівковій)	Виключно в грошовій формі (готівковій та/або безготівковій)
Застосування РРО	не застосовуються	не застосовуються
ПДВ	не можуть бути платниками ПДВ	не можуть бути платниками ПДВ
Облік	ведуть Книгу обліку доходів шляхом щоденного, за підсумками робочого дня, відображення отриманих доходів	ведуть Книгу обліку доходів шляхом щоденного, за підсумками робочого дня, відображення отриманих доходів

Продовження додатку 1

Критерій	III група	IV група
Платники податку	ФОП	ЮО
Кількість найм. працівників*	0 або одночасно не перевищує 20	середньооблікова кількість не перевищує 50
Доплата за найм. працівників	відсутня	відсутня
Обсяг доходу	не більше 3000 тис. грн.	не більше 5000 тис. грн.
Види діяльності	будь-які види діяльності (крім заборонених — наведені нижче)	будь-які види діяльності (крім заборонених — наведені нижче)
До міського бюджету	100% коштів	100% коштів
Ставка податку залежно від виду діяльності з розрахунку на календарний місяць	3% від доходу для платника ПДВ; 5% від доходу — у разі включення ПДВ до складу єдиного податку	
Податковий період	Календарний квартал	Календарний квартал
Звітність	протягом 40 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного кварталу	протягом 40 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного кварталу
Нарахування і сплата	Сплачують єдиний податок протягом 10 календарних днів після граничного строку подання податкової декларації за податковий (звітний) квартал, тобто протягом 50 календарних днів після завершення кварталу	
Розрахунки	Виключно в грошовій формі (готівковій та/або безготівковій)	Виключно в грошовій формі (готівковій та/або безготівковій)
Застосування РРО	не застосовуються	застосовуються
ПДВ	можуть бути платниками ПДВ (при ставці 3%)	
Облік	неплатники ПДВ: ведуть Книгу обліку доходів шляхом щоденного, за підсумками робочого дня, відображення отриманих доходів; платники ПДВ: ведуть облік доходів та витрат за формою та в порядку, розробленому Мінфіном	ведуть спрощений бухгалтерський облік

Не можуть бути платниками	<p>СПД, які здійснюють:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) діяльність з організації, проведення азартних ігор; 2) обмін іноземної валюти; 3) виробництво, експорт, імпорт, продаж підакцизних товарів (крім роздрібного продажу паливно-мастильних матеріалів в ємностях до 20 літрів та діяльності фізичних осіб, пов'язаної з роздрібним продажем пива та столових вин); 4) видобуток, виробництво, реалізацію дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, у тому числі органогенного утворення; 5) видобуток, реалізацію корисних копалин; 6) діяльність у сфері фінансового посередництва, крім діяльності у сфері страхування; 7) діяльність з управління підприємствами; 8) діяльність з надання послуг пошти та зв'язку; 9) діяльність з продажу предметів мистецтва та антикваріату, діяльність з організації торгів (аукціонів) виробами мистецтва, предметами колекціонування або антикваріату; 10) діяльність з організації, проведення гастрольних заходів; 11) фізичні особи-підприємці, які здійснюють технічні випробування та дослідження (гр. 74.3 КВЕД ДК 009:2005), діяльність у сфері аудиту; 12) фізичні особи-підприємці, які надають в оренду земельні ділянки, загальна площа яких перевищує 0,2 гектара, житлові приміщення, загальна площа яких перевищує 100 квадратних метрів, нежитлові приміщення (споруди, будівлі) та/або їх частини, загальна площа яких перевищує 300 квадратних метрів; 13) страхові (перестрахові) брокери, банки, кредитні спілки, ломбарди, лізингові компанії, довірчі товариства, страхові компанії, установи накопичувального пенсійного забезпечення, інвестиційні фонди і компанії, інші фінансові установи, визначені законом; реєстратори цінних паперів; 14) суб'єкти господарювання, у статутному капіталі яких сукупність часток, що належать юридичним особам, які не є платниками єдиного податку, дорівнює або перевищує 25 відсотків; 15) представництва, філії, відділення та інші відокремлені підрозділи юридичної особи, яка не є платником єдиного податку; 16) фізичні та юридичні особи-нерезиденти; 17) суб'єкти господарювання, які на день подання заяви про реєстрацію платником єдиного податку мають податковий борг, крім безнадійного податкового боргу, що виник внаслідок дії обставин непереборної сили (форс-мажорних обставин)
---------------------------	--

Побутові послуги (стаття 291.6 ПКУ)	<ol style="list-style-type: none"> 1) виготовлення взуття за індивідуальним замовленням; 2) послуги з ремонту взуття; 3) виготовлення швейних виробів за індивідуальним замовленням; 4) виготовлення виробів із шкіри за індивідуальним замовленням; 5) виготовлення виробів з хутра за індивідуальним замовленням; 6) виготовлення спіднього одягу за індивідуальним замовленням; 7) виготовлення текстильних виробів та текстильної галантереї за індивідуальним замовленням; 8) виготовлення головних уборів за індивідуальним замовленням; 9) додаткові послуги до виготовлення виробів за індивідуальним замовленням; 10) послуги з ремонту одягу та побутових текстильних виробів; 11) виготовлення та в'язання трикотажних виробів за індивідуальним замовленням; 12) послуги з ремонту трикотажних виробів; 13) виготовлення килимів та килимових виробів за індивідуальним замовленням; 14) послуги з ремонту та реставрації килимів та килимових виробів; 15) виготовлення шкіряних галантерейних та дорожніх виробів за індивідуальним замовленням; 16) послуги з ремонту шкіряних галантерейних та дорожніх виробів; 17) виготовлення меблів за індивідуальним замовленням; 18) послуги з ремонту, реставрації та поновлення меблів; 19) виготовлення теслярських та столярних виробів за індивідуальним замовленням; 20) технічне обслуговування та ремонт автомобілів, мотоциклів, моторолерів і мопедів за індивідуальним замовленням; 21) послуги з ремонту радіотелевізійної та іншої аудіо-та відеоапаратури; 22) послуги з ремонту електропобутової техніки та інших побутових приладів; 23) послуги з ремонту годинників; 24) послуги з ремонту велосипедів; 25) послуги з технічного обслуговування і ремонту музичних інструментів; 26) виготовлення металовиробів за індивідуальним замовленням; 27) послуги з ремонту інших предметів особистого користування, домашнього вжитку та металовиробів; 28) виготовлення ювелірних виробів за індивідуальним замовленням; 29) послуги з ремонту ювелірних виробів; 30) прокат речей особистого користування та побутових товарів; 31) послуги з виконання фоторобіт; 32) послуги з оброблення плівок; 33) послуги з прання, оброблення білизни та інших текстильних виробів; 34) послуги з чищення та фарбування текстильних, трикотажних і хутрових виробів; 35) вичинка хутрових шкур за індивідуальним замовленням; 36) послуги перукарень; 37) ритуальні послуги; 38) послуги, пов'язані з сільським та лісовим господарством; 39) послуги домашньої прислуги; 40) послуги, пов'язані з очищенням та прибиранням приміщень за індивідуальним замовленням.
-------------------------------------	--

Продовження додатку 1

<p>Дохід платника єдиного податку</p>	<p>Доходом платника єдиного податку є:</p> <p>1) для фізичної особи-підприємця-дохід, отриманий в грошовій формі (готівковий та/або безготівковий); матеріальний або нематеріальний формах (прострочена кредиторська заборгованість та безоплатно отримані товари, роботи, послуги). При цьому до доходу не включаються пасивні доходи (проценти, дивіденди, роялті, страхові виплати і відшкодування) а також доходи, отримані від продажу рухомого та нерухомого майна, яке належить на праві власності фізичній особі та використовується в її господарській діяльності;</p> <p>2) для юридичної особи — будь-який дохід, включаючи дохід представництв, філій, відділень такої юридичної особи, отриманий протягом податкового (звітнього) періоду в грошовій формі (готівковий та/або безготівковий); матеріальний або нематеріальний формах (прострочена кредиторська заборгованість та безоплатно отримані товари, роботи, послуги).</p> <p>До суми доходу за звітний період включаються сума кредиторської заборгованості, за якою минув строк позовної давності, та вартість безоплатно отриманих протягом звітнього періоду товарів (робіт, послуг).</p> <p>Посередницька діяльність-у разі надання послуг, виконання робіт за договорами доручення, транспортними експедирування або за агентськими договорами доходом є сума отриманої винагороди повіреного (агента).</p> <p>Облік доходів ведеться за касовим методом, тобто датою отримання доходу є:</p> <p>дата надходження коштів на поточний рахунок (у касу) дата списання кредиторської заборгованості, за якою минув строк позовної давності, дата фактичного отримання безоплатно одержаних товарів (робіт, послуг)</p>
<p>Звільнення від сплати податків і зборів</p>	<p>Спрощена система звільняє від сплати:</p> <p>1) податку на прибуток підприємств;</p> <p>2) ПДФО у частині доходів (об'єкта оподаткування), що отримані в результаті господарської діяльності фізичної особи та оподатковані згідно з правилами спрощеної системи;</p> <p>3) ПДВ з операцій з постачання товарів, робіт та послуг, місце постачання яких розташоване на митній території України, крім ПДВ, що сплачується фізичними особами та юридичними особами, які обрали ставку єдиного податку 3%; а за деяких обставин і особами, які обрали ставку 5%;</p> <p>4) земельного податку, крім земельного податку за земельні ділянки, що не використовуються ними для провадження господарської діяльності;</p> <p>5) збору за провадження деяких видів підприємницької діяльності(плата за торговий патент);</p> <p>6) збору на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства (зараз сплачують)</p>
<p>Порушення правил роботи на єдиному податку</p>	<p>– негрошові розрахунки (СПД позбавляється права працювати на єдиному податку);</p> <p>– провадження діяльності, яку заборонено здійснювати на єдиному податку;</p> <p>– провадження діяльності, не зазначеної в свідоцтві платника єдиного податку;</p> <p>– перевищення допустимого обсягу річної виручки (СПД позбавляється права працювати на єдиному податку у випадку неподання заяв про перехід до наступної групи платників єдиного податку);</p> <p>– перевищення допустимої кількості найманих працівників (СПД позбавляється права працювати на єдиному податку);</p> <p>– несплата податку протягом двох послідовних кварталів (СПД позбавляється права працювати на єдиному податку)</p>

*при розрахунку не враховуються працівники, які перебувають у відпустці по вагітності та по догляду за дитиною до досягнення нею трьох років

Заборонені види діяльності для платників єдиного податку відповідно до кодів КВЕД

Вид діяльності	КВЕД-2005		КВЕД-2010	
	Код	Назва	Код	Назва
Діяльність з організації, проведення азартних ігор	92.71.0	Діяльність з організації азартних ігор	92.00	Організування азартних ігор
Обмін іноземної валюти	67.13.0	Інша допоміжна діяльність у сфері фінансового посередництва	66.12	Посередництво за договорами по цінних паперах або товарах
Виробництво підкацкизних товарів	15.91.0	Виробництво дистильованих алкогольних напоїв	11.01	Дистиляція, ректифікація та змішування спиртних напоїв
	15.93.0	Виробництво виноградних вин	11.02	Виробництво виноградних вин
	15.94.0	Виробництво сидру та інших плодово-ягідних вин	11.03	Виробництво сидру та інших плодово-ягідних вин
	15.95.0	Виробництво інших напоїв із зароджуваних продуктів	11.04	Виробництво інших недистильованих напоїв із зброджуваних продуктів
	16.00.0	Виробництво тютюнових виробів	12.00	Виробництво тютюнових виробів
Експорт, імпорт підкацкизних товарів	51.17.0	Посередництво в торгівлі продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами	46.17	Діяльність посередників у торгівлі продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами
	51.35.0	Оптова торгівля тютюновими виробами	46.35	Оптова торгівля тютюновими виробами
	51.34.0	Оптова торгівля напоями	46.34	Оптова торгівля напоями
	51.39.0	Неспеціалізована оптова торгівля харчовими продуктами, напоями та тютюновими виробами	46.39	Неспеціалізована оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами
Продаж підкацкизних товарів (крім роздрібного продажу паливно-мастильних матеріалів в ємностях до 20 літрів та діяльності фізичних осіб, пов'язаної з роздрібним продажем пива та столових вин)	52.11.0	Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах з перевагою продовольчого асортименту	47.11	Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами
	52.26.0	Роздрібна торгівля тютюновими виробами	47.26	Роздрібна торгівля тютюновими виробами в спеціалізованих магазинах
	52.62.0	Роздрібна торгівля з лотків та на ринках	47.81	Роздрібна торгівля злотків і на ринках харчовими продуктами, напоями та тютюновими виробами
	52.25.0	Роздрібна торгівля алкогольними та іншими напоями	47.25	Роздрібна торгівля напоями в спеціалізованих магазинах
Видобуток дорожцінних металів	13.20.0	Добування руд кольорових металів *(крім добування кольорових металів)	07.29	Добування руд інших кольорових металів
Видобуток дорожцінного каміння, у тому числі органогенного утворення	14.50.0	Інші галузі добувної промисловості, не віднесені до інших групувань	08.99	Добування інших корисних копалин та розроблення кар'єрів, н. в. і. у.

Продовження додатку 2

Виробництво дорогоцінних металів	27.41.0	Виробництво дорогоцінних металів	24.41	Виробництво дорогоцінних металів
Виробництво дорогоцінного каміння, у тому числі органогенного утворення	36.22.0	Виробництво ювелірних виробів	32.12	Виробництво ювелірних і подібних виробів
Реалізація дорогоцінних металів	51.52.4	Оптова торгівля золотом та іншими дорогоцінними металами	46.72	Оптова торгівля металами та металевими рудами
Реалізація дорогоцінного каміння, у тому числі органогенного утворення	51.56.0	Оптова торгівля іншими проміжними продуктами	46.76	Оптова торгівля іншими проміжними продуктами
Видобуток корисних копалин	10.10.1	Добування та збагачення кам'яного вугілля	05.10	Добування кам'яного вугілля
	10.10.3	Агломерація кам'яного вугілля	19.20	Виробництво продуктів нафтоперероблення
	10.20.1	Добування та збагачення лігніту	05.20	Добування бурого вугілля
	10.20.2	Агломерація лігніту	19.20	Виробництво продуктів нафтоперероблення
	10.30.0	Добування та агломерація торфу	08.92	Добування торфу
			19.20	Виробництво продуктів нафтоперероблення
	11.10.1	Добування нафти	06.10	Добування сирої нафти
	11.10.2	Добування природного газу	06.20	Добування природного газу
	11.10.4	Добування бітумінозних сланців та пісковиків	06.10	Добування сирої нафти
	13.10.0	Добування залізних руд	07.10	Добування залізних руд
	13.20.0	Добування руд кольорових металів *(крім добування дорогоцінних металів)	07.29	Добування руд інших кольорових металів
	14.11.0	Добування декоративного та будівельного каменю	08.11	Добування декоративного та будівельного каменю, вапняку, гіпсу, крейди та глинистого сланцю
	14.12.0	Добування вапняку, гіпсу та крейди	08.11	Добування декоративного та будівельного каменю, вапняку, гіпсу, крейди та глинистого сланцю
	14.13.0	Добування глинистого сланцю	08.11	Добування декоративного та будівельного каменю, вапняку, гіпсу, крейди та глинистого сланцю
14.21.0	Добування піску та гравію	08.12	Добування піску, гравію, глини і каоліну	

Продовження додатку 2

Видобуток корисних копалин	14.22.0	Добування глини та каооліну	08.12	Добування піску, гравію, глини і каооліну
	14.30.0	Добування мінеральної сировини для хімічної промисловості та виробництва добрив	08.91	Добування мінеральної сировини для хімічної промисловості та виробництва мінеральних добрив
	14.40.0	Добування та виробництво солі	08.93	Добування солі
	14.50.0	Інші галузі добувної промисловості, не віднесені до інших групувань	08.99	Добування інших корисних копалин та розроблення кар'єрів, н. в. і. у.
	51.12.0	Посередництво в торгівлі паливом, рудами, металами та хімічними речовинами	46.12	Діяльність посередників у торгівлі паливом, рудами, металами та промисловими хімічними речовинами
	35.23		Торгівля газом через місцеві (локальні) трубопроводи	
Реалізація корисних копалин	51.52.1	Оптова торгівля рудами заліза та кольорових металів	46.72	Оптова торгівля металами та металевими рудами
	51.52.2	Оптова торгівля чорними та кольоровими металами в первинних формах та напівфабрикатами з них	46.72	Оптова торгівля металами та металевими рудами
	51.56.0	Оптова торгівля іншими проміжними продуктами	46.76	Оптова торгівля іншими проміжними продуктами
	65.21.0	Фінансовий лізинг	64.91	Фінансовий лізинг
Діяльність у сфері фінансового посередництва, крім діяльності у сфері страхування, яка здійснюється страховими агентами, визначеними Законом України «Про страхування», сюрвеєрами, аварійними комісарами та аджастерами	65.22.0	Надання кредитів	64.92	Інші види кредитування
			64.99	Надання інших фінансових послуг (крім страхування та пенсійного забезпечення), н. в. і. у.
	65.23.0	Інше фінансове посередництво	64.20	Діяльність холдингових компаній
			64.30	Трасти, фонди та подібні фінансові суб'єкти
			64.92	Інші види кредитування
			64.99	Надання інших фінансових послуг (крім страхування та пенсійного забезпечення), н. в. і. у.
	Діяльність з надання послуг пошти зв'язку	64.12.0	Кур'єрська діяльність	53.20
64.20.0		Діяльність зв'язку	61.10	Діяльність у сфері проводового електров'язку

Продовження додатку 2

Діяльність з надання послуг пошита зв'язку			61.20	Діяльність у сфері безпроводового електрозв'язку
			61.30	Діяльність у сфері супутникового електрозв'язку
			61.90	Інша діяльність у сфері електрозв'язку
Діяльність з продажу предметів мистецтва та антикваріату	52.50.0	Роздрібна торгівля уживаними товарами в магазинах *(також включає торгівлю букіністичними книгами)	47.79	Роздрібна торгівля уживаними товарами в магазинах
Діяльність з організації торгів (аукціонів) виробами мистецтва, предметами колекціонування або антикваріату	52.63.0	Роздрібна торгівля поза магазинами, н. в. і. г.	47.79	Роздрібна торгівля уживаними товарами в магазинах *(включає діяльність торгових аукціонних будинків)
			47.91	Роздрібна торгівля, що здійснюється фірмами поштового замовлення або через мережу Інтернет *(включає діяльність Інтернет-аукціонів)
	74.87.0	Надання інших комерційних послуг	82.99	Надання інших допоміжних комерційних послуг, н. в. і. у. *(у частині діяльності незалежних аукціоністів)
Діяльність з організації, проведення гастрольних заходів	92.34.0	Інша видовишно-розважальна діяльність	90.02	Діяльність із підтримки театральних і концертних заходів
	92.31.1	Театральна та інша мистецька діяльність	90.02	Діяльність із підтримки театральних і концертних заходів
Діяльність у сфері аудиту	74.12.0	Діяльність у сфері бухгалтерського обліку та аудиту	69.20	Діяльність у сфері бухгалтерського обліку й аудиту; консультування з питань оподаткування
Страхові (перестрахові) брокери	67.20.0	Допоміжна діяльність у сфері страхування та пенсійного забезпечення	66.22	Діяльність страхових агентів і брокерів
Банки	65.12.0	Інше грошове посередництво	64.19	Інші види грошового посередництва
Кредитні спілки	65.22.0	Надання кредитів	64.92	Інші види кредитування
Ломбарди	65.23.0	Інше фінансове посередництво	64.92	Інші види кредитування
Лізингові компанії	65.21.0	Фінансовий лізинг	64.91	Фінансовий лізинг
Довірчі товариства	65.23.0	Інше фінансове посередництво	64.30	Трасти, фонди та подібні фінансові суб'єкти
Страхові компанії	66.01.0	Страхування життя та накопичення	65.11	Страхування життя
	66.03.0	Інші послуги у сфері страхування	65.12	Інші види страхування, крім страхування життя

Продовження додатку 2

Установи накопичувального пенсійного забезпечення	66.02.0	Недержавне пенсійне забезпечення	65.30	Недержавне пенсійне забезпечення
Інвестиційні фонди і компанії	65.23.0	Інше фінансове посередництво	64.30	Трасти, фонди та подібні фінансові суб'єкти
Інші фінансові установи, визначені законом	65.23.0	Інше фінансове посередництво	64.20	Діяльність холдингових компаній
			64.99	Надання інших фінансових послуг (крім страхування та пенсійного забезпечення), н. в. і. у.
Реєстратори цінних паперів	67.12.0	Біржові операції з фондовими цінностями	66.19	Інша допоміжна діяльність у сфері фінансових послуг, крім страхування та пенсійного забезпечення

Дозволені та забороні види діяльності для платників єдиного податку

№	Вид діяльності	Дозволено				Заборонено			
		групи платників єдиного податку				групи платників єдиного податку			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV
1.	Продаж товарів на ринках населенню								
2.	Надання побутових послуг населенню, наведених нижче								
3.	Виготовлення товарів								
4.	Продаж товарів населенню (поза територією ринків)								
5.	Продаж товарів суб'єктам господарювання (юридичним або фізичним особам-підприємцям), незалежно від системи оподаткування, яку вони використовують								
6.	Виконання робіт, надання послуг (у тому числі оренди) населенню та платникам єдиного податку (юридичним особам та фізичним особам-підприємцям)								
7.	Виконання робіт, надання послуг (у тому числі оренди) суб'єктам господарювання (фізичним особам-підприємцям та юридичним особам) на загальній системі оподаткування								
8.	Діяльність у сфері ресторанного господарства								
9.	Посередницькі послуги з купівлі, продажу, оренди та оцінки нерухомого майна								
10.	Виробництво, експорт, імпорт та оптовий продаж підакцизних товарів (пива, спирту, алкогольних напоїв, тютюнових виробів і тютюну, деяких нафтопродуктів, скрапленого газу, легкових автомобілів, кузовів до них, причепів, мотоциклів тощо)								
11.	Роздрібний продаж підакцизних товарів (крім роздрібною торгівлі пивом, столовими винами та паливно-мастильними матеріалами в ємностях до 20 л)								
12.	Торгівля лікєро-горілчаними напоями (оптова, роздрібна)								
13.	Роздрібний продаж пива								
14.	Роздрібний продаж столових вин								
15.	Виготовлення, імпорт, експорт і оптовий продаж підакцизних паливно-мастильних матеріалів								
16.	Роздрібний продаж підакцизних паливно-мастильних матеріалів (населенню) у ємностях до 20л.								
17.	Роздрібний продаж непідакцизних паливно-мастильних матеріалів(наприклад, бензол, толуол, ксилол)								
18.	Торгівля тютюновими виробами (оптова, роздрібна)								
19.	Спільна діяльність								
20.	Діяльність у сфері грального бізнесу (азартні ігри)								

**Перелік побутових послуг відповідно до ПКУ, які надаються
I та II групами платників єдиного податку**

№	Побутова послуга	КВЕД 2005		КВЕД 2010	
		Код	Назва	Код	Назва
1.	Виготовлення взуття за індивідуальним замовленням	19.30.0	Виробництво взуття	15.20	Виробництво взуття
2.	Послуги з ремонту взуття	52.71.1	Ремонт взуття	95.23	Ремонт взуття та шкіряних виробів
3.	Виготовлення швейних виробів за індивідуальним замовленням	18.21.0	Виробництво робочого одягу	14.12	Виробництво робочого одягу
4.	Виготовлення виробів із шкіри за індивідуальним замовленням	18.10.0	Виробництво одягу зі шкіри	14.11	Виробництво одягу зі шкіри
5.	Виготовлення виробів з хутра за індивідуальним замовленням	18.30.0	Виробництво хутра та виробів з хутра (крім виробництва головних уборів)	14.20	Виготовлення виробів з хутра
6.	Виготовлення спіднього одягу за індивідуальним замовленням	18.23.0	Виробництво спіднього одягу	14.14	Виробництво спіднього одягу
7.	Виготовлення текстильних виробів та текстильної галантереї за індивідуальним замовленням	17.40.0	Виробництво готових текстильних виробів, крім одягу	13.92	Виробництво готових текстильних виробів, крім одягу
		17.54.0	Виробництво текстильних виробів, не віднесених до інших угруповань	13.99	Виробництво інших текстильних виробів н.в.і.г.
8.	Виготовлення головних уборів за індивідуальним замовленням	18.24.0	Виробництво іншого одягу та аксесуарів (крім виробництва одягу та інших аксесуарів, крім головних уборів)	14.19	Виробництво іншого одягу та аксесуарів
		18.30.0	Виробництво хутра та виробів з хутра (крім виробництва хутра та виробів з хутра)	14.20	Виготовлення виробів з хутра
9.	Додаткові послуги до виготовлення виробів за індивідуальним замовленням	-	-	-	-
10.	Послуги з ремонту одягу та побутових текстильних виробів	52.74.1	Ремонт та перероблення одягу	95.29	Ремонт інших побутових виробів і предметів особистого вжитку
11.	Виготовлення та в'язання трикотажних виробів за індивідуальним замовленням	17.71.0	Виробництво трикотажних панчішно-шкарпеткових виробів	14.31	Виробництво панчішно-шкарпеткових виробів

Продовження додатку 4

		17.72.0	Виробництво трикотажних пуловерів, кардиганів та аналогічних виробів	14.39	Виробництво іншого трикотажного та в'язаного одягу
12.	Послуги з ремонту трикотажних виробів	52.74.1	Ремонт та перероблення одягу	95.29	Ремонт інших побутових виробів і предметів особистого вжитку
13.	Виготовлення килимів та килимових виробів за індивідуальним замовленням	17.51.0	Виробництво килимів та килимових виробів	13.93	Виробництво килимів та килимових виробів
14.	Послуги з ремонту та реставрації килимів та килимових виробів	52.74.9	Ремонт інших побутових виробів та предметів особистого вжитку	95.29	Ремонт інших побутових виробів і предметів особистого вжитку
15.	Виготовлення шкіряних галантерейних та дорожніх виробів за індивідуальним замовленням	19.20.0	Виробництво галантерейних та дорожніх виробів зі шкіри та інших матеріалів	15.12	Виробництво дорожніх виробів, сумок, лимарно-сідельних виробів зі шкіри та інших матеріалів
16.	Послуги з ремонту шкіряних галантерейних та дорожніх виробів	52.71.2	Ремонт виробів зі шкіри та інших матеріалів	95.23	Ремонт взуття та шкіряних виробів
17.	Виготовлення меблів за індивідуальним замовленням	36.11.0	Виробництво меблів для сидіння	31.02 31.09	Виробництво кухонних меблів Виробництво інших меблів
		36.13.0	Виробництво кухонних меблів		
		36.14.0	Виробництво інших меблів		
18.	Послуги з ремонту, реставрації та поновлення меблів	36.11.0	Виробництво меблів для сидіння	95.24	Ремонт меблів і домашнього начиння
		36.13.0	Виробництво кухонних меблів		
		36.14.0	Виробництво інших меблів		
19.	Виготовлення теслярських та столярних виробів за індивідуальним замовленням	20.30.0	Виробництво дерев'яних будівельних конструкцій та столярних виробів	16.23	Виробництво інших дерев'яних будівельних конструкцій і столярних виробів
20.	Технічне обслуговування та ремонт автомобілів, мотоциклів, моторолерів і мопедів за індивідуальним замовленням	50.20.0	Технічне обслуговування та ремонт автомобілів	45.20	Технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів
21.	Послуги з ремонту радіотелевізійної та іншої аудіо-та відеоапаратури	52.72.1	Ремонт радіотелевізійної аудіо-та відеоапаратури	95.21	Ремонт електронної апаратури побутового призначення для приймання, запису, відтворення звуку та зображення

Продовження додатку 4

22.	Послуги з ремонту електропобутової техніки та інших побутових приладів	52.72.2	Ремонт інших побутових електричних товарів	95.22	Ремонт побутових приладів, домашнього та садового обладнання
		52.74.9	Ремонт інших побутових виробів та предметів особистого вжитку	95.12	Ремонт обладнання зв'язку
		72.50.2	Ремонт і технічне обслуговування електронно-обчислювальної техніки	95.11	Ремонт комп'ютерів і периферійного устаткування
23.	Послуги з ремонту годинників	52.73.1	Ремонт годинників	95.25	Ремонт годинників і ювелірних виробів
24.	Послуги з ремонту велосипедів	52.74.9	Ремонт інших побутових виробів та предметів особистого вжитку *(у частині ремонту велосипедів)	95.29	Ремонт інших побутових виробів і предметів особистого вжитку
25.	Послуги з технічного обслуговування і ремонту музичних інструментів	36.30.2	Ремонт, обслуговування та установлення музичних інструментів	95.29	Ремонт інших побутових виробів і предметів особистого вжитку
26.	Виготовлення металовиробів за індивідуальним замовленням	52.74.9	Ремонт інших побутових виробів та предметів особистого вжитку	95.29	Ремонт інших побутових виробів і предметів особистого вжитку
27.	Послуги з ремонту інших предметів особистого користування, домашнього вжитку та металовиробів	52.74.9	Ремонт інших побутових виробів та предметів особистого вжитку (у частині виготовлення ключів)	95.29	Ремонт інших побутових виробів і предметів особистого вжитку
28.	Виготовлення ювелірних виробів за індивідуальним замовленням	36.22.0	Виробництво ювелірних виробів	32.12	Виробництво ювелірних та подібних виробів
29.	Послуги з ремонту ювелірних виробів	52.73.2	Ремонт ювелірних виробів	95.25	Ремонт годинників і ювелірних виробів
30.	Прокат речей особистого користування та побутових товарів	71.40.0	Прокат побутових виробів та предметів особистого вжитку	77.21	Прокат товарів для спорту та відпочинку
				77.22	Прокат відеозаписів і дисків
				77.29	Прокат інших побутових виробів і предметів особистого вжитку
31.	Послуги з виконання фоторобіт	74.81.0	Діяльність у сфері фотографії	74.20	Діяльність у сфері фотографії
32.	Послуги з оброблення плівок	74.81.0	Діяльність у сфері фотографії	74.20	Діяльність у сфері фотографії
33.	Послуги з прання, оброблення білизни та інших текстильних виробів	93.01.1	Прання, оброблення білизни та інших текстильних виробів	96.01	Прання і хімчистка текстильних і хутряних виробів
34.	Послуги з чищення та фарбування текстильних, трикотажних і хутрових виробів	93.01.2	Чищення та фарбування текстильних та хутряних виробів	96.01	Прання і хімчистка текстильних і хутряних виробів

Продовження додатку 4

35.	Вичинка хутрових шкур за індивідуальним замовленням	18.30.0	Виробництво хутра та виробів з хутра	15.11	Дублення шкур та оздоблення шкіри; вичинка та фарбування хутра
36.	Послуги перукарень	93.02.0	Надання послуг перукарнями та салонами краси	96.02	Надання послуг перукарнями та салонами краси
37.	Ритуальні послуги	93.03.0	Організація поховань та надання пов'язаних з ними послуг	96.03	Організування поховань та надання суміжних послуг
38.	Послуги, пов'язані з сільським та лісовим господарством	01.41.0	Надання послуг в рослинництві; облаштування ландшафту	01.61	Допоміжна діяльність у рослинництві
		01.42.0	Надання послуг у тваринництві	01.62	Допоміжна діяльність у тваринництві
		02.02.0	Надання послуг у лісовому господарстві	02.40	Надання допоміжних послуг у лісовому господарстві
39.	Послуги домашньої прислуги	85.32.1	Надання соціальної допомоги без забезпечення проживання	88.10	Надання соціальної допомоги без забезпечення проживання для осіб похилого віку та інвалідів
				88.91	Денний догляд за дітьми
				88.99	Надання іншої соціальної допомоги без забезпечення проживання, н.в.і.г.
40.	Послуги, пов'язані з очищенням та прибиранням приміщень за індивідуальним замовленням	74.70.0	Прибирання виробничих та житлових приміщень, устаткування та транспортних засобів	81.21	Загальне прибирання будинків *(включає загальне прибирання квартир)
				81.22	Інша діяльність із прибирання будинків і промислових об'єктів *(включає миття вікон, чищення димарів і камінів)

Форми реєстраційних карток

Форми реєстраційних карток затверджені наказом Міністерства юстиції України від 14.10.2011 № 3178/5 «Про затвердження форм реєстраційних карток», зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 19.10.2011 за № 1207/19945

Для фізичних осіб-підприємців:

1) Форма 10 — реєстраційна картка на проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця;

2) Форма 11 — реєстраційна картка на проведення державної реєстрації змін до відомостей про фізичну особу — підприємця, які містяться в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб та фізичних осіб — підприємців;

3) Форма 12 — реєстраційна картка на проведення державної реєстрації припинення підприємницької діяльності фізичної особи — підприємця за її рішенням або за судовим рішенням, що не пов'язано з банкрутством;

4) Форма 13 — реєстраційна картка на проведення державної реєстрації припинення підприємницької діяльності фізичної особи — підприємця у разі її смерті, оголошення її померлою або визнання фізичної особи — підприємця безвісно відсутньою;

5) Форма 14 — реєстраційна картка про державну реєстрацію припинення підприємницької діяльності фізичної особи — підприємця за судовим рішенням щодо визнання фізичної особи — підприємця банкрутом;

6) Форма 15 — реєстраційна картка про включення відомостей про фізичну особу — підприємця.

Форма 15		РЕЄСТРАЦІЙНА КАРТКА про включення відомостей про фізичну особу — підприємця	
I. Відомості про фізичну особу — підприємця			
Прізвище			
Ім'я			
По батькові			
Регістраційний номер облікової картки платника податків			
Паспортні дані*: _____ серія _____ номер _____			
Місце проживання фізичної особи — підприємця:			
УКРАЇНА		або громадянство (країна)	
Область		Автономна Республіка Крим	
Район області		Район міста	
		Поштовий індекс	
Місто		Селище	
Селище міського типу		Село	
Вулиця (інший тип елемента вулично-дорожньої мережі) — зазначається разом з назвою			
Будинок		Корпус	
		Тип приміщення**	
№		№	
Види діяльності фізичної особи — підприємця			
№ з/п		Код виду економічної діяльності	
		Назва виду економічної діяльності заповнюється відповідно до КВЕД (на момент включення вид економічної діяльності, який записаний першим, вважається основним)	
Додаткова інформація про фізичну особу — підприємця			
Зв'язок з фізичною особою — підприємцем			
Телефон 1		Телефон 2	
+ 3 8			
Факс		Адреса сторінки в Інтернеті	
Адреса електронної пошти			
Інші відомості			
II. Відомості про реєстрацію***			
Дата реєстрації (дд.мм.рррр)			
Найменування органу реєстрації			
III. Спосіб отримання виписки з Єдиного державного реєстру (потрібне відмітити)			
Видати заявнику		Поштове відправлення	
*Тільки для осіб, які через свої релігійні або інші переконання відмовляються від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та мають відмітку в паспорті.			
**Значається тип приміщення — квартира, кімната, кабінет або офіс тощо.			
***Відомості про реквізити державної реєстрації фізичної особи — підприємця, яка була зареєстрована підприємцем відповідно до законодавства, що діяло до набрання чинності Законом України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб — підприємців».			
Картку заповнив _____			
(прізвище, ініціали)		(підпис)	
		(дата)	

IV. Реєстраційні дані про включення відомостей про фізичну особу-підприємця до Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб — підприємців (заповнюються державним реєстратором після внесення запису про включення відомостей про фізичну особу — підприємця до Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб — підприємців)

Номер запису _____ Дата запису (дд.мм.рррр) _____

Виписка з Єдиного державного реєстру: _____ серія _____ номер _____

Державний реєстратор

Прізвище

Ім'я

По батькові

Місце проведення державної реєстрації

Державний реєстратор

(підпис)

(дата)

V. Відомості про отримання виписки з Єдиного державного реєстру

Виписку з Єдиного державного реєстру отримав (потрібне відмітити):

Фізична особа — підприємець _____

Уповноважена особа (особа за довіреністю) _____

(прізвище, ініціали)

(підпис)

(дата)

Поштове відправлення виписки з Єдиного державного реєстру (заповнюється державним реєстратором)

(дата)

Державний реєстратор

(підпис)

(дата)

СТАТУТ
сільськогосподарського
обслуговуючого кооперативу

РОЗДІЛ І. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1. Назва. Місцезнаходження. Термін діяльності. Засновники

1.1. Сільськогосподарський _____ обслуговуючий _____ кооператив _____ (надалі — Кооператив) створений його засновниками на добровільних засадах у відповідності з чинним законодавством, на підставі рішення установчих зборів (протокол № _____ від _____).

1.2. Кооператив має офіційну назву:

повна назва Кооперативу українською мовою _____

скорочена назва Кооперативу українською мовою _____

повна назва Кооперативу англійською мовою _____

скорочена назва Кооперативу англійською мовою _____

1.3. Місцезнаходження Кооперативу: _____

1.4. Кооператив створюється на термін _____

1.5. Засновниками Кооперативу є: _____

2. Юридичний статус та склад засновників

2.1. Кооператив утворений та здійснює свою діяльність відповідно до Законів України «Про кооперацію», «Про сільськогосподарську кооперацію», інших нормативно-правових актів України та цього Статуту, який затверджений рішенням установчих зборів Кооперативу.

2.2. Кооператив є юридичною особою. Статус юридичної особи Кооператив набуває з дня його державної реєстрації.

2.3. Обслуговуючі кооперативи, здійснюючи обслуговування членів кооперативу, не ставлять за мету отримання прибутку.

2.4. Кооператив має самостійний баланс, поточні та вкладні (депозитні) рахунки у банківських установах, круглу печатку і штампи зі своїм найменуванням, бланки, знак для товарів і послуг, емблему відповідно до законодавства України.

2.5. Кооператив може укласти угоди, набувати майнові та немайнові права, нести обов'язки, бути позивачем і відповідачем у суді загальної юрисдикції, господарському та третейському суді.

2.6. Засновниками кооперативу є:

1. _____
2. _____
3. _____

3. Мета та предмет діяльності

3.1. Кооператив створюється для обслуговування переважно своїх членів на засадах взаємодопомоги та економічного співробітництва. Метою діяльності Кооперативу є збільшення доходів своїх членів шляхом надання їм послуг у сфері сільськогосподарського виробництва.

3.2. Предметом діяльності Кооперативу є¹:

¹ Примітка: Відповідно до статті 8 Закону України «Про кооперацію» у Статуті має бути вказано вичерпний

4. Права та обов'язки Кооперативу

4.1. Кооператив має право:

- здійснювати господарську діяльність, спрямовану на обслуговування своїх членів, самостійно визначати стратегію та основні напрямки свого розвитку відповідно до економічної ситуації;
- відповідно до законодавства України придбавати, відчужувати, здавати або брати в оренду рухоме та нерухоме майно, необхідне для його діяльності;
- брати зобов'язання по кредитах та позиках і гарантувати їх виплати майном чи активами Кооперативу;
- надавати послуги за цінами і тарифами, що встановлюються на договірних засадах окремо для членів Кооперативу та інших осіб;
- надавати послуги не членам Кооперативу в обсягах, встановлених законодавством, та на умовах, передбачених Правилами внутрішньої господарської діяльності;
- об'єднуватись з іншими кооперативами для спільного здійснення будь-якої незабороненої законодавством діяльності за галузевою або територіальною ознакою за рішенням загальних зборів членів Кооперативу та відповідно до законодавства України;
- створювати підприємства, а також філії, відділення та інші відособлені підрозділи з правом відкриття поточних рахунків;
- придбавати цінні папери;
- здійснювати зовнішньоекономічну діяльність з обслуговування своїх членів відповідно до законодавства України;

(інші права, що не суперечать законодавству)

4.2. Кооператив зобов'язаний:

- забезпечувати надання послуг своїм членам згідно з їх замовленнями в межах предмету діяльності Кооперативу;
- створювати належні умови для високопродуктивної та безпечної праці, забезпечувати додержання законодавства про працю, правил та норм охорони праці, техніки безпеки, соціального страхування;
- виконувати норми і вимоги щодо охорони навколишнього природного середовища, раціонального використання і відтворення природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки;

(інші обов'язки, що не суперечать законодавству)

перелік видів діяльності кооперативу, спрямованих на надання послуг сільськогосподарським товаровиробникам Залежно від виду діяльності вони поділяються на переробні, заготівельно-збутові, постачальницькі, сервісні та інші.

4.3. Кооператив здійснює бухгалтерський, оперативний облік та веде статистичну звітність згідно із законодавством.

Головний бухгалтер, голова Кооперативу, виконавчий директор несуть персональну відповідальність за додержання порядку, ведення і достовірність обліку та статистичної звітності.

РОЗДІЛ II. ЧЛЕНСТВО У КООПЕРАТИВІ

5. Порядок набуття та припинення членства в Кооперативі

5.1. Членами Кооперативу можуть бути як фізичні, так і юридичні особи, які є сільськогосподарськими товаровиробниками, визнають Статут Кооперативу та дотримуються його вимог, зробили вступні та пайові внески, користуються послугами та беруть участь у господарській діяльності Кооперативу.

Фізичні особи можуть бути членами Кооперативу, якщо вони досягли 16-річного віку і виявили бажання брати участь у діяльності Кооперативу.

5.2. Фізичні або юридичні особи можуть бути членами кількох кооперативів, різних за напрямками діяльності.

5.3. Кооператив може приймати до свого складу за рішенням загальних зборів асоційованих членів Кооперативу.

Асоційованим членом Кооперативу може бути фізична особа віком не молодше 16 років або юридична особа, яка визнає цей Статут і внесла пайовий внесок для розвитку Кооперативу у розмірах, визначених цим Статутом або Правилами внутрішньої господарської діяльності.

5.4. Вступ до Кооперативу здійснюється на підставі поданої заяви до правління Кооперативу. Член Кооперативу робить вступний і пайовий внески в порядку, визначеному статтями 7 і 8 цього Статуту.

Рішення правління (голови) Кооперативу про прийняття до Кооперативу підлягає схваленню загальними зборами членів Кооперативу. З моменту прийняття правлінням (головою) Кооперативу такого рішення та до моменту його підтвердження загальними зборами Кооперативу така особа має ті ж права і обов'язки, що й інші члени Кооперативу.

5.5. Кооператив веде реєстр членів та асоційованих членів за формою, що визначається Правилами внутрішньої господарської діяльності.

5.6. Членство у Кооперативі припиняється:

- при добровільному виході з Кооперативу відповідно до поданої заяви;
- при виключенні з членів Кооперативу за рішенням загальних зборів;
- при несплаті внесків у порядку, визначеному статутом кооперативу;
- при несхваленні загальними зборами рішення правління (голови) Кооперативу про прийняття до Кооперативу;
- у разі смерті фізичної особи — члена Кооперативу або ліквідації юридичної особи — члена Кооперативу;
- у разі реорганізації або ліквідації Кооперативу.

5.7. Рішення загальних зборів Кооперативу про виключення з членів Кооперативу може бути оскаржене в судовому порядку.

6. Права і обов'язки членів та асоційованих членів Кооперативу

6.1. Члени Кооперативу мають право:

- брати участь в управлінні Кооперативом шляхом голосування на загальних зборах членів Кооперативу за принципом: «один член Кооперативу — один голос», обирати і бути обраними в органи управління Кооперативом.

Для членів Кооперативу — юридичних осіб ці права реалізуються їх повноважними представниками ;

- ухвального голосу на загальних зборах;
- користуватися послугами Кооперативу для здійснення своєї господарської діяльності;
- одержувати кооперативні виплати пропорційно до обсягів участі у діяльності Кооперативу;
- одержувати виплати на паї (в межах визначеної законодавством частки доходу);
- у разі виходу з Кооперативу одержувати пай у порядку і в термін, що визначені статтею 9 цього Статуту;
- отримувати повну інформацію про діяльність Кооперативу відповідно до Правил внутрішньої господарської діяльності;
- у разі ліквідації Кооперативу отримувати свої паї та відповідні частки майна Кооперативу;

(інші права, що не суперечать законодавству)

6.2. Члени Кооперативу зобов'язані:

- брати участь у господарській діяльності Кооперативу в обсязі, що складає більшу частину річного обороту діяльності, яка кооперується;
- виконувати Правила внутрішньої господарської діяльності Кооперативу;
- сплатити пайовий внесок залежно від зобов'язань щодо участі у діяльності Кооперативу;
- дотримуватися Статуту Кооперативу;
- виконувати рішення загальних зборів і правління Кооперативу;
-

(інші обов'язки, що не суперечать законодавству)

6.3. Асоційовані члени Кооперативу мають право:

- дорадчого голосу;
- отримувати частки доходу на паї відповідно до чинного законодавства;
- у разі ліквідації Кооперативу отримувати першочергово свої паї та відповідні частки доходу на паї;
- отримувати повну інформацію про діяльність Кооперативу.

6.4. За відповідною заявою члени Кооперативу можуть переоформити членство у Кооперативі на асоційоване членство на підставі рішення правління Кооперативу, яке підлягає схваленню загальними зборами Кооперативу.

РОЗДІЛ III. ВСТУПНІ ТА ПАЙОВІ ВНЕСКИ. МАЙНОВІ ФОНДИ КООПЕРАТИВУ

7. Вступні внески

7.1. При вступі в Кооператив для організаційного забезпечення його діяльності кожна фізична і юридична особа робить вступний внесок у грошовій формі у розмірі ____ гривень.

7.2. Вступний внесок є обов'язковою умовою членства у Кооперативі.

7.3. Асоційовані члени не вносять вступний внесок.

7.4. Вступний внесок зараховується у неподільний фонд і у разі виходу з Кооперативу не повертається.

8. Пай та пайові внески

8.1. Пай члена Кооперативу формується з його пайових внесків. Розмір мінімального обов'язкового пайового внеску складає ____ гривень.

8.2. Обов'язкові пайові внески вносяться пропорційно участі члена в господарській діяльності Кооперативу у відповідності з його зобов'язаннями щодо цієї участі, які він бере на себе відповідно до Правил внутрішньої господарської діяльності.

8.3. Члени Кооперативу мають право внести додатковий пай понад обов'язковий пай, який передається ними за власним бажанням до пайового фонду.

8.4. Розмір пайового внеску асоційованого члену Кооперативу не може бути меншим _____ грн..

8.5. Пайові внески можуть сплачуватися майном, майновими правами та/або грошми. _____ відсотків пайових внесків сплачується грошми після прийняття правлінням рішення про прийом до членів Кооперативу, решта — відповідно до Правил внутрішньої господарської діяльності.

Будь-хто з членів Кооперативу, асоційованих членів Кооперативу має право достроково внести свій пай до Кооперативу в повному обсязі.

8.6. Внесення пайового внеску майном.

Майно, що вноситься членами або асоційованими членами Кооперативу в рахунок їхнього паю чи додаткового паю, вноситься ними на підставі акта приймання-передачі майна (надалі — Акт) після державної реєстрації Кооперативу. Акт повинен містити опис майна, що вноситься, його грошову оцінку, дату, на яку майно вноситься до Кооперативу, підпис члена Кооперативу, що вносить таке майно, підпис голови Кооперативу та печатку Кооперативу.

Акт укладається в 2-х оригінальних примірниках, з яких один записується у члена Кооперативу, що вносить вклад майном, а другий зберігається у Кооперативі.

8.7. Внесення майнових прав.

Майнові права вносяться членами Кооперативу до майна Кооперативу у встановленому законодавством порядку.

8.8. Реєстрація внесків.

Внески, що вносяться в рахунок паїв у грошовій чи не грошовій формі, реєструються у бухгалтерських книгах Кооперативу у день їх отримання Кооперативом. Внески до Кооперативу у вигляді нематеріальних цінностей вважатимуться внесеними на дату, що встановлюється загальними зборами членів Кооперативу. Передача права користування земельною ділянкою як пайовий внесок до Кооперативу оформлюється відповідно до земельного та іншого законодавства, цього Статуту та рішення загальних зборів Кооперативу.

9. Право власності на пай

9.1. У разі виходу з Кооперативу фізична чи юридична особа має право на отримання майнового паю натурою, грошми або, за бажанням, цінними паперами відповідно до його вартості на момент виходу, а земельної ділянки — в натурі (на місцевості). Термін отримання паю складає _____.² Відлік цього терміну починається з 1 січня року, що наступає після моменту виходу (виключення) із Кооперативу.

9.2. Право власності членів Кооперативу — фізичних осіб на пай є спадковим.

9.3. Спірні питання щодо права власності на пай вирішуються відповідно до законодавства України.

10. Майнові фонди Кооперативу

10.1. Для здійснення господарської та іншої діяльності Кооператив за рахунок власного майна формує відповідні майнові фонди.

10.2. Майно Кооперативу поділяється на пайовий і неподільний фонди.

10.3. Пайовий фонд Кооперативу формується за рахунок паїв і додаткових паїв членів та асоційованих членів Кооперативу відповідно із статтею 8 цього Статуту.

10.4. До неподільного фонду Кооперативу зараховуються: вступні внески, що вносяться членами Кооперативу відповідно до положень статті 7 Статуту, та частина доходу Кооперативу, яка спрямовується до неподільного фонду відповідно до рішень загальних зборів членів Кооперативу.

Загальний розмір неподільного фонду не може бути меншим _____% від пайового фонду Кооперативу.

10.5. Кооператив веде облік пайового фонду з визначенням паїв кожного з учасників.

10.6. Кооператив може визначати і утворювати інші фонди Кооперативу (в тому числі спеціальний, резервний та фонд соціального розвитку), їх розмір, порядок формування та використання затверджуються рішенням загальних зборів членів Кооперативу про утворення таких фондів.

² Термін отримання паю не може перевищувати двох років.

10.7. Розмір та кількість відрахувань до фондів Кооперативу визначаються рішенням загальних зборів з дотриманням положень пунктів 10.3, 10.4, 10.5, 10.6 даного Статуту.

11. Майнова відповідальність

11.1. Кооператив відповідає за своїми зобов'язаннями всім належним йому майном.

11.2. Члени Кооперативу відповідають за зобов'язаннями Кооперативу тільки в межах пайового внеску³.

11.3. Кооператив не несе відповідальності за зобов'язаннями членів Кооперативу.

11.4. Кооператив може застрахувати своє майно і майнові права. Страхування здійснюється добровільно за рішенням загальних зборів, якщо інше не передбачено законами України.

РОЗДІЛ IV. ОРГАНИ УПРАВЛІННЯ КООПЕРАТИВУ

12. Структура органів управління

12.1. Управління Кооперативом здійснюється на основі самоврядування, гласності, участі його членів у вирішенні питань діяльності Кооперативу.

12.2. Вищим органом управління Кооперативу є загальні збори членів Кооперативу. До органів управління належить правління Кооперативу. Кооператив може наймати виконавчого директора та утворювати спостережну раду.

12.3. Для підготовки окремих питань загальні збори, а в період між ними правління Кооперативу або спостережна рада, можуть утворювати спеціальні комісії з членів Кооперативу із залученням в якості консультантів фахівців — не членів Кооперативу.

13. Загальні збори

13.1. Загальні збори:

- вносять зміни і доповнення до Статуту, приймають нормативні документи Кооперативу;
- обирають шляхом прямого таємного голосування голову Кооперативу та членів правління Кооперативу, членів ревізійної комісії, членів спостережної ради та резерв. Резерв обирається в порядку, визначеному Правилами внутрішньої господарської діяльності;
- заслуховують та ухвалюють звіти органів управління Кооперативу про їх діяльність;
- визначають види і розміри фондів Кооперативу, порядок їх формування та використання;
- затверджують:

³ Для обговорення: є проблема, пов'язана із нормою Податкового кодексу України про відповідальність за погашення грошових зобов'язань чи податкового боргу платника податків щодо кооперативів, кредитних спілок або інших колективних господарств — їх члени (пайовики) солідарно (пункт 97.4.5).

правила внутрішньої господарської діяльності Кооперативу;
річний звіт і баланс Кооперативу;
порядок формування і розподілу доходу Кооперативу;
рішення правління Кооперативу про прийняття нових членів та асоційованих членів та про припинення членства;

- вирішують:

питання про входження Кооперативу до об'єднання кооперативів, створення філій, відділень та інших відособлених підрозділів з правом відкриття поточних рахунків та затвердження положень про них, про створення або участь у створенні підприємств;

питання про реорганізацію або ліквідацію Кооперативу.

Загальні збори мають право приймати будь-які інші рішення, пов'язані із статутною діяльністю Кооперативу.

13.2. Загальні збори проводяться щорічно після закінчення фінансового року. Вони можуть скликатися позачергово за рішенням правління Кооперативу або з ініціативи не менше третини членів Кооперативу.

Загальні збори за вимогою третини членів мають бути скликані не пізніше ніж через два тижні після висунення вимоги. Членів Кооперативу необхідно повідомити про скликання (проведення) загальних зборів не пізніше як за десять днів до їх проведення. Правилами внутрішньої господарської діяльності визначаються способи інформування членів Кооперативу про місце і дату скликання загальних зборів.

У разі коли з організаційних причин (через територіальне розміщення чи значну чисельність членів кооперативу) проведення загальних зборів членів кооперативу неможливе, можуть бути скликані збори уповноважених кооперативу. Кількість членів кооперативу, які мають право делегувати уповноважених, та порядок делегування уповноважених для участі у зборах уповноважених визначаються Правилами внутрішньої господарської діяльності кооперативу.

13.3. Загальні збори членів кооперативу правомочні вирішувати питання, якщо на них присутні більше половини його членів, а збори уповноважених — за наявності не менше двох третин уповноважених.

Кожний член кооперативу чи уповноважений кооперативу має один голос, і це право не може бути передано іншій особі.

Рішення загальних зборів членів (зборів уповноважених) кооперативу про прийняття, внесення змін до статуту, вступ до кооперативного об'єднання або вихід з нього та про реорганізацію або ліквідацію кооперативу вважається прийнятим, якщо за нього проголосувало не менш як 75 відсотків членів кооперативу, присутніх на загальних зборах кооперативу. З інших питань рішення приймаються простою більшістю голосів членів (уповноважених) кооперативу, присутніх на його загальних зборах.

13.4. Рішення загальних зборів членів (зборів уповноважених) кооперативу приймаються відповідно до його статуту відкритим або таємним голосуванням. У випадку рівності голосів вирішальним є голос голови Кооперативу.

13.5. Рішення загальних зборів є обов'язковим для всіх членів та асоційованих членів Кооперативу. Рішення загальних зборів фіксуються у протоколах, що ведуться відповідно до Правил внутрішньої господарської діяльності.

14. Правління Кооперативу⁴

14.1. Правління Кооперативу обирається на термін, що не перевищує трьох років.

14.2 Правління Кооперативу:

- здійснює поточне керівництво господарською діяльністю Кооперативу в період між проведенням загальних зборів членів Кооперативу;
- розробляє і вносить на затвердження загальними зборами членів Кооперативу напрями розвитку Кооперативу;
- приймає рішення про скликання загальних зборів;
- скликає загальні збори членів Кооперативу і контролює виконання прийнятих ними рішень;
- вирішує питання господарської діяльності згідно із Статутом;
- вносить на затвердження загальних зборів рішення про прийняття до Кооперативу нових членів та асоційованих членів та припинення членства, а також про переоформлення простого членства на асоційоване;
- укладає трудові договори (контракти) у разі найму на роботу виконавчої дирекції та оцінює її діяльність;
- делегує виконавчій дирекції Кооперативу право на прийняття поточних рішень;
- забезпечує збереження майна Кооперативу;
- організовує у разі потреби проведення незалежних аудиторських перевірок;
- розробляє Правила внутрішнього розпорядку;
- встановлює форму і порядок ведення Книги реєстрації членів Кооперативу та асоційованих членів;
- вирішує питання навчання членів Кооперативу, співробітництва з вітчизняними та іноземними організаціями.

14.3. Кількість членів правління складає ____ осіб⁵.

14.4. Члени правління Кооперативу обирають із свого складу голову Кооперативу⁶, заступника голови та секретаря правління.

14.5. Члени правління Кооперативу працюють переважно на громадських засадах.⁷

14.6. Члени правління припиняють виконання своїх обов'язків у разі закінчення строку їх повноважень, смерті фізичної особи — члена Кооперативу або ліквідації юридичної особи — члена Кооперативу, дострокового відкликання загальними зборами.

⁴ Правління Кооперативу обирається у Кооперативі, до складу якого входить не менше 10 членів Кооперативу.

⁵ Кількість членів правління залежить від кількості членів Кооперативу

⁶ У випадку, якщо голова Кооперативу не обирається загальними зборами

⁷ Рішенням загальних зборів членів Кооперативу можуть бути передбачені винагороди за роботу членів правління

14.7. Періодичність проведення засідань правління Кооперативу: _____ . Рішення приймається більшістю голосів за наявності не менше як 2/3 складу членів правління Кооперативу. У випадку рівності голосів вирішальним є голос голови Кооперативу.

15. Голова Кооперативу

15.1. Голова Кооперативу очолює правління і обирається загальними зборами Кооперативу (або його правлінням) на термін, що не перевищує трьох років

15.2. Голова Кооперативу:

- виконує рішення правління Кооперативу, яке він очолює;
- за відсутності у Кооперативі виконавчого директора виконує його обов'язки:
- представляє Кооператив перед третіми особами та у судових органах;
- несе відповідальність перед Кооперативом за недоліки у роботі, які він допустив при виконанні покладених на нього обов'язків;

(визначити у разі необхідності інші обов'язки)

16. Виконавчий директор Кооперативу

16.1. Наймання та звільнення з посади виконавчого директора здійснюється правлінням Кооперативу.

16.2. Виконавчий директор здійснює свою діяльність на умовах контракту, який укладає з ним правління Кооперативу.

16.3. Виконавчий директор:

- не може бути членом Кооперативу;
- формує виконавчу дирекцію;
- забезпечує організацію господарської діяльності Кооперативу;
- здійснює оперативне керівництво діяльністю Кооперативу, приймає на роботу та звільняє штатних працівників згідно з Правилами внутрішньої господарської діяльності Кооперативу;
- несе відповідальність за свою діяльність перед Кооперативом;
- виконує інші функції, делеговані йому правлінням Кооперативу.

16.4. У своїй діяльності виконавчий директор підзвітний правлінню Кооперативу.

17. Спостережна рада Кооперативу

17.1. Спостережна рада обирається загальними зборами для контролю за діяльністю виконавчого органу Кооперативу⁸.

До створення спостережної ради весь обсяг її повноважень, визначений в цьому Статуті, належить до компетенції загальних зборів Кооперативу. Члени правління Кооперативу чи ревізійної комісії не можуть бути обрані членами спостережної ради Кооперативу.

⁸ Спостережна Рада обирається за умови, якщо кількість членів Кооперативу становить не менше 50 осіб

17.2. Член спостережної ради не може бути членом правління чи ревізійної комісії Кооперативу;

17.3. Спостережна рада складається з _____ осіб та обирається на термін не більше трьох років.

17.4. До виключної компетенції спостережної ради відносяться такі повноваження:

- узгодження рішень правління про притягнення до майнової відповідальності членів правління та інших посадових осіб Кооперативу;

- попередній розгляд питань, що вносяться до порядку денного загальних зборів та ухвалення рекомендацій для загальних зборів стосовно прийняття рішень з цих питань;

- вирішення інших питань, що віднесено до компетенції спостережної ради відповідно до умов цього Статуту;

- вирішення інших питань, що періодично можуть погоджуватись загальними зборами як такі, що потребують ухвалення спостережної ради.

17.5. Порядок формування спостережної ради проведення її засідань, а також прийняття рішень спостережною радою визначаються Положенням про спостережну раду, яке приймається загальними зборами.

17.6. Члени спостережної ради виконують свої функції на громадських засадах.

18. Ревізійна комісія (ревізор)

18.1. Для контролю за фінансово-господарською діяльністю Кооперативу загальними зборами обирається ревізійна комісія.⁹ Ревізійна комісія обирається з числа членів Кооперативу терміном на три роки. При обранні ревізійної комісії кількість її членів повинна складати не менше трьох осіб. Члени правління, а також члени спостережної ради не можуть бути членами ревізійної комісії.

18.2. Ревізійна комісія підзвітна загальним зборам Кооперативу.

18.3. Ревізійна комісія робить висновки до проектів річних звітів та балансів Кооперативу, без яких загальні збори не мають права їх затверджувати.

18.4. У разі виявлення загрози інтересам Кооперативу або виявлення зловживання посадовими особами Кооперативу ревізійна комісія зобов'язана негайно довести до відома спостережній ради та поставити питання про скликання позачергових загальних зборів.

РОЗДІЛ V. ФІНАНСОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

19. Фінансова звітність

19.1. Фінансовий рік Кооперативу охоплює період поточного календарного року, починаючи з 1 січня до 31 грудня включно.

19.2. Не пізніше кожного _____ фінансового року правління Кооперативу подає на розгляд спостережної ради, ревізійної комі-

⁹ У Кооперативі, до складу якого входить менш як 10 членів Кооперативу, функції ревізійної комісії виконує ревізор. Положення цієї статті застосовуються також у випадку обрання ревізора.

сії (ревізора) та загальних зборів річний фінансовий звіт, звіти про податкові та інші відрахування за попередній фінансовий рік, інші звіти, що складаються Кооперативом відповідно до законодавства України. Представлені звіти підлягають затвердженню загальними зборами на підставі висновків ревізійної комісії (ревізора) та рекомендацій спостережної ради.

19.3. За рішенням правління, загальних зборів або ревізійної комісії може бути проведено аудит Кооперативу.

20. Економічні результати діяльності Кооперативу. Розподіл доходу Кооперативу

20.1. Доход Кооперативу формується з надходжень від господарської діяльності після покриття матеріальних і прирівняних до них витрат та витрат на оплату праці найманого персоналу.

20.2. Після сплати податків і зборів (обов'язкових платежів), погашення заборгованості та покриття збитків доход Кооперативу розподіляється на кооперативні виплати, виплати (нарахування) на паї або використовується іншим чином відповідно до рішення загальних зборів.

Кооперативні виплати не виплачуються у випадку збиткової діяльності та якщо збитки за минулі роки залишилися не відшкодованими.

20.3. Частина доходу, визначеного до розподілу, у розмірі до 20 відсотків спрямовується на нарахування і виплату на паї. Рішенням загальних зборів може передбачатися різний відсоток часток доходу на паї для членів та асоційованих членів Кооперативу. Решта доходу розподіляється між членами Кооперативу як кооперативні виплати відповідно до їх участі в господарській діяльності.

20.4. За бажанням члена Кооперативу належна йому частка доходу Кооперативу може бути використана на збільшення додаткового паю члена Кооперативу.

21. Регулювання трудових відносин

21.1. Трудові відносини у Кооперативі регулюються законодавством України про працю, цим Статутом та Правилами внутрішнього розпорядку Кооперативу.

21.2. Для виконання статутних завдань і цілей Кооператив залучає до роботи за трудовим договором осіб, які не є членами Кооперативу. За угодою сторін між Кооперативом та найманим працівником трудовий договір може укладатися в формі контракту.

21.3. Кооператив самостійно визначає форми і систему оплати праці з урахуванням норм і гарантій, встановлених законодавством України, Генеральною та Галузевою угодами.

Мінімальна заробітна плата працівників Кооперативу не може бути нижчою встановленого законодавством України мінімального розміру заробітної плати.

21.4. Кооператив згідно з чинним законодавством України здійснює обов'язкове державне страхування найманих працівників та сплачує відповідні відрахування у страховий та пенсійний фонди України.

РОЗДІЛ VII. РЕОРГАНІЗАЦІЯ ТА ЛІКВІДАЦІЯ КООПЕРАТИВУ

22. Реорганізація Кооперативу

22.1. Кооператив за рішенням загальних зборів може реорганізовуватися в підприємства інших форм господарювання відповідно до законодавства України. З моменту реорганізації Кооператив припиняє свою діяльність.

У разі реорганізації Кооперативу все його майно та всі його права і обов'язки переходять до правонаступника.

23. Ліквідація Кооперативу

23.1. Кооператив ліквідується:

- за рішенням загальних зборів членів Кооперативу;
- у разі, якщо кількість членів Кооперативу стає менше трьох;
- за рішенням суду загальної юрисдикції або господарського суду.

23.2. Ліквідація Кооперативу здійснюється ліквідаційною комісією, призначеною загальними зборами членів Кооперативу, а у разі ліквідації за рішенням суду або господарського суду — ліквідаційною комісією, призначеною цими органами.

З дня призначення ліквідаційної комісії до неї переходять повноваження з управління Кооперативом. Ліквідаційна комісія у триденний термін з дати її призначення публікує інформацію про ліквідацію Кооперативу в одному з офіційних друкованих засобів масової інформації із зазначенням строку подачі заяв кредитором своїх претензій. Ліквідаційна комісія проводить належну підготовчу та організаційну роботу, складає ліквідаційний баланс та подає його органу, що прийняв рішення про ліквідацію Кооперативу. Повнота і достовірність ліквідаційного балансу повинні бути підтверджені аудитором.

23.3. Майно кооперативу, що залишилося після задоволення вимог кредиторів кооперативу, здійснення виплат членам кооперативу паїв та виплат на паї, кооперативних виплат, оплати праці, розрахунків з кооперативним об'єднанням, членом якого він є, розподіляється між членами кооперативу у порядку, визначеному статутом або Правилами внутрішньої господарської діяльності.

Майно неподільного фонду не підлягає поділу між його членами і передається за рішенням ліквідаційної комісії іншій (іншим) кооперативній організації (кооперативним організаціям). При цьому у рішенні повинні бути визначені напрями використання зазначеного майна

23.4. Ліквідація вважається завершеною, а Кооператив таким, що припинив свою діяльність з моменту внесення органом державної реєстрації запису про його ліквідацію до державного реєстру.

РОЗДІЛ VIII. ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ

24. Зміни та доповнення

Зміни та доповнення до Статуту Кооперативу вносяться за рішенням загальних зборів членів Кооперативу. Внесення змін та доповнень до Статуту

оформлюється окремим додатком до нього або шляхом викладення в новій редакції. Зміни до Статуту Кооперативу підлягають державній реєстрації.

Зміни та доповнення є невід'ємною частиною Статуту Кооперативу.

Повідомлення про зміни та доповнення до Статуту надсилаються до органу, що зареєстрував Кооператив, у тижневий термін з часу їх внесення.

Цей Статут набирає чинності з дати державної реєстрації Кооперативу. Статут втрачає чинність з моменту виключення Кооперативу з державного реєстру.

Голова Кооперативу

(підпис)

(ініціали, прізвище)

<p>«ЗАРЕЄСТРОВАНО»</p> <p>_____</p> <p>районною Державною адміністрацією</p> <p>Реєстраційний № _____.</p> <p>В реєстрі суб'єктів підприємницької діяльності від «__» _____ 20__ р.</p> <p>З _____</p>	<p>ЗАТВЕРДЖЕНО</p> <p>Установчими зборами уповноважених представників кооперативів — засновників об'єднання сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів «_____»</p> <p>Установчий _____ договір</p> <p>«__» _____ 20__ р.</p>
--	--

СТАТУТ
об'єднання сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів «_____»

РОЗДІЛ І. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1. Назва. Місцезнаходження. Термін діяльності. Засновники

1.1. Об'єднання сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів «_____» (надалі — Кооперативне об'єднання) створене його засновниками на добровільних засадах у відповідності з чинним законодавством, на підставі рішення установчих зборів (протокол № _____ від _____).

1.2. Кооперативне об'єднання має офіційну назву:

- повна назва Кооперативного об'єднання українською мовою «Об'єднання сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів «_____».

- скорочена назва українською мовою ОСОК «_____».

- повна назва англійською мовою _____

- скорочена назва англійською мовою _____

1.3. Місцезнаходження Кооперативного об'єднання: _____

1.4. Кооперативне об'єднання створюється на не визначений строк.

1.5. Засновниками Кооперативного об'єднання є: _____

2. Юридичний статус.

2.1. Кооперативне об'єднання утворене та здійснює свою діяльність відповідно до Законів України «Про кооперацію», «Про сільськогосподарську кооперацію», інших нормативно-правових актів України та цього Статуту, який затверджений рішенням установчих зборів Кооперативного об'єднання (протокол № _____ від «_____» _____ 20__ р.).

2.2. Кооперативне об'єднання є юридичною особою. Статус юридичної особи Кооперативне об'єднання набуває з дня його державної реєстрації.

2.3. Кооперативне об'єднання є некомерційною, неприбутковою членською організацією.

2.4. Кооперативне об'єднання має самостійний баланс, поточні та вкладні (депозитні) рахунки у банківських установах, круглу печатку і штампи зі своїм найменуванням, бланки, знак для товарів і послуг, емблему відповідно до законодавства України.

2.6. Кооперативне об'єднання може укласти угоди, набувати майнові та немайнові права, нести обов'язки, бути позивачем і відповідачем у суді загальної юрисдикції, господарському та третейському суді.

2.7. Кооперативне об'єднання не має права втручатися у господарську діяльність сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів — членів Кооперативного об'єднання.

2.8. Для виконання статутних завдань Кооперативне об'єднання може створювати підприємства різних видів, які функціонують відповідно до їх статутів, затверджених Кооперативним об'єднанням.

3. Мета та предмет діяльності

3.1. Кооперативне об'єднання засноване сільськогосподарськими обслуговуючими кооперативами на засадах членства і добровільності для спільного здійснення будь-якої не забороненої законодавством діяльності, пов'язаної

із продовженням господарської діяльності членів, захистом їх економічних інтересів кооперативів, поданням їм інформаційної, консультативно-методичної та іншої допомоги;

3.2. Предметом діяльності Кооперативного об'єднання є:

- захист законних інтересів і прав членів Кооперативного об'єднання;
- організація надання членам Кооперативного об'єднання юридичних, фінансових, господарських, агротехнічних та інших консультацій з питань, що відносяться до предмету їх діяльності;
- координація спільної діяльності членів Кооперативного об'єднання в галузі надання послуг у сфері сільськогосподарського виробництва, комерції, фінансів і кредитів, технічного розвитку;
- сприяння в організації реклами та виставок товарів та послуг, які надають члени Кооперативного об'єднання;
- організація обміну досвідом серед членів Кооперативного об'єднання, їх освіти та систематичного професійного підвищення кваліфікації;
- представництво інтересів членів Кооперативного об'єднання в державних і недержавних організаціях, підприємствах і установах України, а також за кордоном. Пошук партнерів, зацікавлених у співробітництві, установлення та розвиток міжнародних зв'язків;
- сприяння проведенню та проведенню заходів моніторингу за діяльністю членів Кооперативного об'єднання в рамках чинного законодавства, вимог цього Статуту та рішень відповідних органів Кооперативного об'єднання.

4. Права та обов'язки Кооперативного об'єднання

4.1. Кооперативне об'єднання має право:

- здійснювати діяльність, спрямовану на обслуговування своїх членів, самостійно визначати стратегію та основні напрямки свого розвитку;
- відповідно до законодавства України придбавати, відчужувати, здавати або брати в оренду рухоме та нерухоме майно, необхідне для його діяльності;
- брати зобов'язання по кредитах та позиках і гарантувати їх виплати майном чи активами Кооперативного об'єднання;
- надавати послуги не членам Кооперативного об'єднання, спрямовані на поширення інформації та практичну підтримку розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів — потенційних членів об'єднання;
- об'єднуватись з іншими кооперативами/об'єднаннями для спільного здійснення будь-якої незабороненої законодавством діяльності за галузевою або територіальною ознакою за рішенням загальних зборів членів Кооперативного об'єднання та відповідно до законодавства України;
- за рішенням членів Кооперативного об'єднання виконавчий орган кооперативного об'єднання може бути уповноважений представляти їх інтереси у відносинах з органами влади, іншими підприємствами та організаціями;
- створювати підприємства, а також філії, відділення та інші відосoble-ні підрозділи з правом відкриття поточних рахунків;

- придбавати цінні папери;
- здійснювати зовнішньоекономічну діяльність з обслуговування своїх членів відповідно до законодавства України;
- інші права, що не суперечать законодавству України.

4.2. Кооперативне об'єднання зобов'язане:

- забезпечувати надання послуг своїм членам згідно з їх замовленнями в межах предмету діяльності Кооперативного об'єднання;
- створювати належні умови для високопродуктивної та безпечної праці, забезпечувати додержання законодавства про працю, правил та норм охорони праці, техніки безпеки, соціального страхування;
- виконувати норми і вимоги щодо охорони навколишнього природного середовища, раціонального використання і відтворення природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки;

(інші обов'язки, що не суперечать законодавству)

4.3. Кооперативне об'єднання здійснює бухгалтерський, оперативний облік та веде статистичну звітність згідно із законодавством.

Головний бухгалтер, голова Кооперативного об'єднання, виконавчий директор несуть персональну відповідальність за додержання порядку, ведення і достовірність обліку та статистичної звітності.

РОЗДІЛ II. ЧЛЕНСТВО У КООПЕРАТИВНОМУ ОБ'ЄДНАННІ

5. Порядок набуття та припинення членства в Кооперативному об'єднанні:

5.1. Членами Кооперативного об'єднання можуть бути сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи які визнають Статут Кооперативного об'єднання та дотримуються його вимог, зробили вступні, пайові внески, та сплачують членські внески.

5.2. Сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи можуть бути членами кількох кооперативних об'єднань, різних за напрямками діяльності.

5.3. Кооперативне об'єднання може приймати до свого складу за рішенням загальних зборів асоційованих членів Кооперативного об'єднання.

Асоційованим членом Кооперативного об'єднання може бути фізична особа віком не молодше 16 років або юридична особа, яка визнає цей Статут, внесла пайовий внесок та сплачує членські внески для розвитку Кооперативного об'єднання у розмірах, визначених цим Статутом.

5.4. Вступ до Кооперативного об'єднання здійснюється на підставі поданої заяви до правління Кооперативного об'єднання. Член Кооперативного об'єднання робить вступний і пайовий внески в порядку, визначеному статтями 7 і 8 цього Статуту.

Рішення правління (голови) Кооперативного об'єднання про прийняття до Кооперативного об'єднання підлягає схваленню загальними зборами членів Кооперативного об'єднання. З моменту прийняття правлінням (головою) Кооперативного об'єднання такого рішення та до моменту його підтвер-

дження загальними зборами Кооперативного об'єднання такий член має ті ж права і обов'язки, що й інші члени Кооперативного об'єднання.

5.5. Кооперативне об'єднання веде реєстр членів та асоційованих членів за формою, що визначається Правлінням Кооперативного об'єднання.

5.6. Членство у Кооперативному об'єднанні припиняється:

- при добровільному виході з Кооперативного об'єднання відповідно до поданої заяви;
- при виключенні з членів Кооперативного об'єднання за рішенням загальних зборів;
- несхвалення загальними зборами рішення правління (голови) Кооперативного об'єднання про прийняття до Кооперативного об'єднання;
- у разі ліквідації юридичної особи — члена Кооперативного об'єднання або смерті фізичної особи — асоційованого члена Кооперативного об'єднання;
- у разі реорганізації або ліквідації Кооперативного об'єднання.

5.7. Сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи — члени кооперативного об'єднання зберігають статус юридичної особи та повну господарську самостійність і можуть добровільно вийти з кооперативного об'єднання за рішенням загальних зборів членів кооперативу..

5.8. Рішення загальних зборів Кооперативного об'єднання про виключення з членів Кооперативного об'єднання може бути оскаржене в судовому порядку.

6. Права і обов'язки членів та асоційованих членів Кооперативного об'єднання

6.1. Права і обов'язки юридичних осіб — членів та асоційованих членів Кооперативного об'єднання реалізуються їх повноважними представниками.

6.2. Члени Кооперативного об'єднання мають право:

- брати участь в управлінні Кооперативним об'єднанням шляхом голосування на загальних зборах членів Кооперативного об'єднання за принципом: «один член Кооперативного об'єднання — один голос», обирати і бути обраним в органи управління Кооперативного об'єднання.
- ухвалювати голосу на загальних зборах;
- користуватися послугами Кооперативного об'єднання для забезпечення виконання статутної діяльності та підвищення ефективності роботи кооперативу;
- одержувати кооперативні виплати пропорційно до обсягів участі у діяльності Кооперативного об'єднання;
- одержувати виплати на паї (в межах визначеної законодавством частки доходу);
- у разі виходу з Кооперативного об'єднання одержувати пай у порядку і в термін, що визначені статтею 9 цього Статуту;
- отримувати повну інформацію про діяльність Кооперативного об'єднання відповідно до Правил внутрішньої господарської діяльності;
- у разі ліквідації Кооперативного об'єднання отримувати свою частку майна Кооперативного об'єднання

- 6.2. Члени Кооперативного об'єднання зобов'язані:
- брати участь у господарській діяльності Кооперативного об'єднання.
 - виконувати Правила внутрішньої господарської діяльності Кооперативного об'єднання;
 - сплатити пайовий внесок та сплачувати членські внески передбачені Статутом.
 - дотримуватися Статуту Кооперативного об'єднання;
 - виконувати рішення загальних зборів і правління Кооперативного об'єднання.
- 6.3. Асоційовані члени Кооперативного об'єднання мають право:
- дорадчого голосу;
 - отримувати частки доходу на паї відповідно до чинного законодавства;
 - у разі ліквідації Кооперативного об'єднання отримувати першочергово свої паї та відповідні частки доходу на паї;
 - отримувати повну інформацію про діяльність Кооперативного об'єднання.

РОЗДІЛ III. ВСТУПНІ, ПАЙОВІ ТА ЧЛЕНСЬКІ ВНЕСКИ. МАЙНОВІ ФОНДИ КООПЕРАТИВУ

7. Вступні внески

7.1. При вступі до Кооперативного об'єднання для організаційного забезпечення його діяльності кожен сільськогосподарський обслуговуючий кооператив робить вступний внесок у грошовій формі у розмірі ____ гривень.

7.2. Вступний внесок є обов'язковою умовою членства у Кооперативному об'єднанні.

7.3. Асоційовані члени не вносять вступний внесок.

7.4. Вступний внесок зараховується у неподільний фонд і у разі виходу з Кооперативного об'єднання не повертається.

8. Пай та пайові внески

8.1. Пай члена Кооперативного об'єднання формується з його пайових внесків. Розмір обов'язкового пайового внеску складає ____ гривень.

8.2. Члени Кооперативного об'єднання мають право внести додатковий понад обов'язковий пай, який передається ними за власним бажанням до пайового фонду.

8.3. Розмір пайового внеску асоційованого члену Кооперативного об'єднання складає _____ грн.

8.4. Асоційовані члени Кооперативного об'єднання мають право внести додатковий понад обов'язковий пай, який передається ними за власним бажанням до пайового фонду.

8.5. Пайові внески можуть сплачуватися майном, майновими правами та/або грошми. ____ відсотків пайових внесків сплачується грошми після прийняття правлінням рішення про прийом до членів Кооперативного об'єднання.

Будь-хто з членів Кооперативного об'єднання, асоційованих членів Кооперативного об'єднання має право достроково внести свій пай до Кооперативного об'єднання в повному обсязі.

8.6. Внесення пайового внеску майном.

Майно, що вноситься членами або асоційованими членами Кооперативного об'єднання в рахунок їхнього паю чи додаткового паю, вноситься ними на підставі акта приймання-передачі майна (надалі — Акт) після державної реєстрації Кооперативного об'єднання. Акт повинен містити опис майна, що вноситься, його грошову оцінку, дату, на яку майно вноситься до Кооперативного об'єднання, підпис уповноваженої особи члена Кооперативного об'єднання, що вносить таке майно, підпис голови Кооперативного об'єднання та печатку Кооперативного об'єднання.

Акт укладається в 2-х оригінальних примірниках, з яких один запишається у члена Кооперативного об'єднання, що вносить вклад майном, а другий зберігається у Кооперативному об'єднанні.

8.7. Внесення майнових прав.

Майнові права вносяться членами Кооперативного об'єднання до майна Кооперативного об'єднання у встановленому законодавством порядку.

8.8. Реєстрація внесків.

Внески, що вносяться в рахунок паїв у грошовій чи не грошовій формі, реєструються у бухгалтерських книгах Кооперативного об'єднання у день їх отримання Кооперативним об'єднанням. Внески до Кооперативного об'єднання у вигляді нематеріальних цінностей вважатимуться внесеними на дату, що встановлюється загальними зборами членів Кооперативного об'єднання. Передача права користування земельною ділянкою як пайовий внесок до Кооперативного об'єднання оформлюється відповідно до земельного та іншого законодавства, цього Статуту та рішення загальних зборів Кооперативного об'єднання.

9. Право власності на пай

9.1. У разі виходу з Кооперативного об'єднання фізична чи юридична особа має право на отримання майнового паю натурою, грошми або, за бажанням, цінними паперами відповідно до його вартості на момент виходу, а земельної ділянки — в натурі (на місцевості). Термін отримання паю складає _____.¹⁰ Відлік цього терміну починається з 1 січня року, що настає після моменту виходу (виключення) із Кооперативного об'єднання.

9.2. Право власності асоційованих членів Кооперативного об'єднання — фізичних осіб на пай є спадковим.

9.3. Спірні питання щодо права власності на пай вирішуються відповідно до законодавства України.

10. Членські внески

10.1. Членський внесок — грошовий неповоротний внесок, який щорічно сплачується членом та асоційованим членом кооперативного об'єднання для забезпечення поточної діяльності кооперативного об'єднання. Розмір рі-

¹⁰ Термін отримання паю не може перевищувати двох років.

чного членського внеску становить ___ грн., він може бути змінений за рішенням загальним зборів членів Кооперативного об'єднання.

11. Цільові внески

11.1. Цільові внески сплачуються членами Кооперативного об'єднання понад пай для забезпечення фінансування в рамках статутної діяльності окремих цільових програм (проектів). Розмір цільових внесків затверджуються загальними зборами Кооперативного об'єднання. Цільові внески можуть вноситись грошима та/або іншими майновими та немайновими цінностями членів Кооперативного об'єднання.

12. Майнові фонди Кооперативу

12.1. Для здійснення господарської та іншої діяльності Кооперативне об'єднання за рахунок власного майна формує відповідні майнові фонди.

12.2. Майно Кооперативного об'єднання поділяється на пайовий і неподільний фонди.

12.3. Пайовий фонд Кооперативного об'єднання формується за рахунок паїв і додаткових паїв членів та асоційованих членів Кооперативного об'єднання відповідно із статтею 8 цього Статуту.

12.4. До неподільного фонду Кооперативного об'єднання зараховуються: вступні внески, що вносяться членами Кооперативного об'єднання відповідно до положень статті 7 Статуту, та частина доходу Кооперативного об'єднання, яка спрямовується до неподільного фонду відповідно до рішень загальних зборів членів Кооперативного об'єднання.

12.5. Кооперативне об'єднання веде облік пайового фонду з визначенням паїв кожного з його членів.

12.6. Кооперативне об'єднання може визначати і утворювати інші фонди (в тому числі резервний фонд та фонд соціального розвитку), їх розмір, порядок формування та використання затверджуються рішенням загальних зборів членів Кооперативного об'єднання про утворення таких фондів.

12.7. Резервний фонд створюється за рахунок членських внесків, служить для забезпечення поточної діяльності кооперативного об'єднання та покриття балансових збитків. Резервний фонд використовується на основі річних кошторисів, затверджених загальними зборами Кооперативного об'єднання.

12.8. Спеціальний фонд створюється за рахунок цільових внесків членів та асоційованих членів Кооперативного об'єднання. Положення про порядок формування (створення) та використання коштів Спеціального фонду затверджується Загальними зборами Кооперативного об'єднання.

13. Майнова відповідальність

13.1. Кооперативне об'єднання відповідає за своїми зобов'язаннями всім належним йому майном. Члени Кооперативного об'єднання відповідають за зобов'язаннями Кооперативного об'єднання тільки в межах їх пайового внеску.

13.2. Кооперативне об'єднання не несе відповідальності за зобов'язаннями членів Кооперативного об'єднання.

13.3. Кооперативне об'єднання може застрахувати своє майно і майнові права. Страхування здійснюється добровільно за рішенням загальних зборів, якщо інше не передбачено законами України.

РОЗДІЛ IV. ОРГАНИ УПРАВЛІННЯ КООПЕРАТИВНОГО ОБ'ЄДНАННЯ

14. Структура органів управління

14.1. Управління Кооперативним об'єднанням здійснюється на основі самоврядування, гласності, участі його членів у вирішенні питань діяльності Кооперативного об'єднання.

14.2. Вищим органом управління Кооперативного об'єднання є Загальні збори членів Кооперативного об'єднання. До виконавчих органів належить правління або голова Кооперативного об'єднання. Кооперативне об'єднання може наймати виконавчого директора та утворювати спостережну раду.

14.3. Для підготовки окремих питань загальні збори, а в період між ними правління Кооперативного об'єднання або спостережна рада, можуть утворювати спеціальні комісії з членів Кооперативного об'єднання із залученням в якості консультантів фахівців — не членів Кооперативного об'єднання.

15. Загальні збори

15.1. До виключної компетенції Загальних зборів членів Кооперативного об'єднання відносяться питання щодо:

- внесення змін та доповнень до статуту Кооперативного об'єднання та прийняття внутрішніх нормативних документів;

- утворення органів управління та органів контролю за діяльністю Кооперативного об'єднання;

- затвердження кошторису на утримання апарату органів управління та порядку розподілу доходу Кооперативного об'єднання;

- визначення розмірів вступного і членського внесків та паїв;

- затвердження рішення правління або голови правління про прийняття нових членів Кооперативного об'єднання та припинення членства у Кооперативному об'єднанні;

- визначення розмірів, порядку формування та використання фондів Кооперативного об'єднання;

- прийняття рішень щодо володіння, користування та розпорядження майном;

- прийняття рішень про створення у якості засновника різних видів підприємств, представництв на території України та за її межами, формування їх статутного капіталу, придбання корпоративних прав, входження до складу інших об'єднань;

- затвердження річного звіту і балансу Кооперативного об'єднання;

- прийняття рішень про реорганізацію або ліквідацію Кооперативного об'єднання, ліквідацію або реорганізацію створених дочірніх підприємств Кооперативного об'єднання.

15.2. Загальні збори:

15.2.1. Обирають шляхом прямого таємного голосування голову Кооперативного об'єднання та членів правління Кооперативного об'єднання, членів ревізійної комісії та членів спостережної ради.

15.2.2. Затверджують:

- правила внутрішньої господарської діяльності Кооперативного об'єднання;

- річний звіт і баланс Кооперативного об'єднання;
- порядок формування і розподілу доходу Кооперативного об'єднання;
- рішення правління Кооперативного об'єднання про прийняття нових членів та асоційованих членів та про припинення членства;

15.2.3. Мають право приймати будь-які інші рішення, пов'язані із статутною діяльністю Кооперативного об'єднання.

15.3. Загальні збори проводяться щорічно після закінчення фінансового року. Вони можуть скликатися позачергово за рішенням правління Кооперативного об'єднання або з ініціативи не менше третини членів Кооперативного об'єднання. Загальні збори за вимогою третини членів мають бути скликані не пізніше ніж через два тижні після висунення вимоги. Членів Кооперативного об'єднання необхідно повідомити про скликання (проведення) загальних зборів не пізніше як за десять днів до їх проведення.

15.4. Загальні збори правомочні приймати рішення, якщо на них присутні більше половини членів Кооперативного об'єднання.

15.5. Рішення загальних зборів членів (зборів уповноважених) кооперативного об'єднання про прийняття, внесення змін до статуту, про реорганізацію або ліквідацію кооперативного об'єднання вважається прийнятим, якщо за нього проголосувало не менш як 75 відсотків членів кооперативного об'єднання, присутніх на загальних зборах. З інших питань рішення приймаються простою більшістю голосів членів (уповноважених) кооперативного об'єднання, присутніх на його загальних зборах.

15.6. Рішення загальних зборів є обов'язковим для всіх членів та асоційованих членів Кооперативного об'єднання. Рішення загальних зборів фіксуються у протоколах, що ведуться відповідно до Правил внутрішньої господарської діяльності.

16. Правління Кооперативного об'єднання

16.1. Правління Кооперативного об'єднання обирається у Кооперативному об'єднанні, до складу якого входить не менше 5 членів Кооперативного об'єднання.

16.2. Правління Кооперативного об'єднання обирається на термін, що не перевищує трьох років.

16.3 Правління Кооперативного об'єднання:

- здійснює поточне керівництво господарською діяльністю Кооперативного об'єднання в період між проведенням загальних зборів членів Кооперативного об'єднання;

- розробляє і вносить на затвердження загальними зборами членів Кооперативного об'єднання стратегію розвитку та напрями діяльності Кооперативного об'єднання;

- приймає рішення про скликання загальних зборів;
- скликає загальні збори членів Кооперативного об'єднання і контролює виконання прийнятих ними рішень;

- вирішує питання господарської діяльності згідно із Статутом;

- вносить на затвердження загальних зборів рішення про прийняття до Кооперативного об'єднання нових членів та асоційованих членів та припинення членства;

- укладає трудові договори (контракти) у разі найму на роботу виконавчої дирекції та оцінює її діяльність;

- делегує виконавчій дирекції Кооперативного об'єднання право на прийняття поточних рішень;

- забезпечує та несе відповідальність за збереження майна Кооперативного об'єднання;

- організовує у разі потреби проведення незалежних аудиторських перевірок;

- розробляє та подає на затвердження загальних зборів Правила внутрішнього розпорядку;

- встановлює форму і порядок ведення Книги реєстрації членів Кооперативного об'єднання та асоційованих членів;

- вирішує питання навчання членів Кооперативу, співробітництва з вітчизняними та іноземними організаціями.

16.4. Кількість членів правління визначається в залежності від кількості членів Кооперативного об'єднання.

16.5. Члени правління Кооперативного об'єднання можуть обирати із свого заступника голову та секретаря правління.

16.6. Члени правління Кооперативного об'єднання працюють переважно на громадських засадах.

16.7. Члени правління припиняють виконання своїх обов'язків у разі закінчення строку їх повноважень, ліквідації юридичної особи — члена Кооперативного об'єднання або дострокового відкликання загальними зборами.

16.8. Періодичність проведення засідань правління Кооперативного об'єднання _____. Рішення приймається більшістю голосів за наявності не менше як 2/3 складу членів правління Кооперативного об'єднання. У випадку рівності голосів вирішальним є голос голови Кооперативного об'єднання.

17. Голова Кооперативного об'єднання:

17.1. Голова Кооперативного об'єднання очолює правління і обирається загальними зборами Кооперативного об'єднання на термін, що не перевищує трьох років.

17.2. Голова Кооперативного об'єднання:

- виконує рішення правління Кооперативного об'єднання, яке він очолює;

- за відсутності у Кооперативному об'єднанні виконавчого директора виконує його обов'язки:

- представляє Кооперативне об'єднання перед третіми особами та у судових органах;

- несе відповідальність перед Кооперативним об'єднанням за недоліки у роботі, які він допустив при виконанні покладених на нього обов'язків;

18. Виконавчий директор Кооперативного об'єднання:

18.1. Наймання та звільнення з посади виконавчого директора здійснюється правлінням Кооперативного об'єднання.

18.2. Виконавчий директор здійснює свою діяльність на умовах контракту, який укладає з ним правління Кооперативу.

18.3. Виконавчий директор:

- не може бути членом кооперативів, щоб входять до складу Кооперативного об'єднання;

- формує виконавчу дирекцію;

- забезпечує організацію діяльності Кооперативного об'єднання;

- здійснює оперативне керівництво діяльністю Кооперативного об'єднання, приймає на роботу та звільняє штатних працівників згідно з Правилами внутрішньої господарської діяльності Кооперативного об'єднання;

- несе відповідальність за свою діяльність перед правлінням/головою Кооперативного об'єднання;

- виконує інші функції, делеговані йому правлінням/головою Кооперативного об'єднання.

18.4. У своїй діяльності виконавчий директор підзвітний правлінням/голові Кооперативного об'єднання.

19. Спостережна рада Кооперативного об'єднання

19.1. Спостережна рада створюється у Кооперативному об'єднанні, яке має більше 25 членів і обирається загальними зборами для контролю за діяльністю виконавчого органу Кооперативного об'єднання.

До створення спостережної ради весь обсяг її повноважень, визначений в цьому Статуті, належить до компетенції загальних зборів Кооперативного об'єднання. Члени правління чи ревізійної комісії не можуть бути обрані членами спостережної ради Кооперативного об'єднання.

19.2. Член спостережної ради не може бути членом правління чи ревізійної комісії Кооперативного об'єднання;

19.3. Спостережна рада складається з 3 осіб та обирається на термін не більше трьох років.

19.4. До виключної компетенції спостережної ради відносяться такі повноваження:

- попередній розгляд питань, що вносяться до порядку денного загальних зборів та ухвалення рекомендацій для загальних зборів стосовно прийняття рішень з цих питань;

- вирішення інших питань, що періодично можуть погоджуватись загальними зборами як такі, що потребують ухвалення спостережної ради.

- узгодження рішень правління про притягнення до майнової відповідальності членів правління та інших посадових осіб Кооперативного об'єднання;

- вирішення інших питань, що віднесено до компетенції спостережної ради відповідно до умов цього Статуту;

19.5. Порядок формування спостережної ради проведення її засідань, а також прийняття рішень спостережною радою визначаються Положенням про спостережну раду, яке затверджується загальними зборами.

19.6. Члени спостережної ради виконують свої функції на громадських засадах.

20. Ревізійна комісія (ревізор)

20.1. Для контролю за фінансово-господарською діяльністю Кооперативного об'єднання загальними зборами обирається ревізійна комісія. У Кооперативному об'єднанні, до складу якого входить менш як 10 членів, функції ревізійної комісії виконує ревізор.

Ревізійна комісія/ревізор обирається з числа членів Кооперативного об'єднання терміном на три роки. При обранні ревізійної комісії кількість її членів повинна складати не менше трьох осіб. Члени правління, а також члени спостережної ради не можуть бути членами ревізійної комісії/ревізором.

20.2. Ревізійна комісія/ревізор підзвітна загальним зборам Кооперативного об'єднання.

20.3. Ревізійна комісія/ревізор робить висновки до проектів річних звітів та балансів Кооперативного об'єднання, без яких загальні збори не мають права їх затверджувати.

20.4. У разі виявлення загрози інтересам Кооперативного об'єднання або виявлення зловживання посадовими особами Кооперативного об'єднання ревізійна комісія зобов'язана негайно довести до відома спостережної ради та поставити питання про скликання позачергових загальних зборів.

РОЗДІЛ V. ФІНАНСОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

21. Фінансова звітність

21.1. Фінансовий рік Кооперативного об'єднання охоплює період поточного календарного року, починаючи з 1 січня до 31 грудня включно.

21.2. Не пізніше кожного 5 лютого наступного фінансового року правління Кооперативного об'єднання подає на розгляд спостережної ради, ревізійної комісії (ревізора) та загальних зборів річний фінансовий звіт, звіти про податкові та інші відрахування за попередній фінансовий рік, інші звіти, що складаються Кооперативним об'єднанням відповідно до законодавства України. Представлені звіти підлягають затвердженню загальними зборами на підставі висновків ревізійної комісії (ревізора) та рекомендацій спостережної ради.

21.3. За рішенням правління, загальних зборів або ревізійної комісії може бути проведено аудит Кооперативного об'єднання.

22. Економічні результати діяльності Кооперативного об'єднання. Розподіл доходу Кооперативного об'єднання

22.1. Доход Кооперативного об'єднання формується з надходжень від господарської діяльності після покриття матеріальних і прирівняних до них витрат та витрат на оплату праці найманого персоналу.

22.2. Після сплати податків і зборів (обов'язкових платежів), погашення заборгованості та покриття збитків доход Кооперативного об'єднання розподіляється на кооперативні виплати, виплати (нарахування) на паї або використовується іншим чином відповідно до рішення загальних зборів.

Кооперативні виплати не виплачуються у випадку збиткової діяльності та якщо збитки за минулі роки залишилися не відшкодованими.

22.3. Частина доходу, визначеного до розподілу, у розмірі до 20 відсотків спрямовується на нарахування і виплату на паї. Рішенням загальних зборів може передбачатися різний відсоток часток доходу на паї для членів та асоційованих членів Кооперативного об'єднання. Решта доходу розподіляється між членами Кооперативного об'єднання як кооперативні виплати відповідно до їх участі в господарській діяльності.

22.4. За бажанням члена Кооперативного об'єднання належна йому частка доходу Кооперативного об'єднання може бути використана на збільшення додаткового паю члена Кооперативного об'єднання.

23. Регулювання трудових відносин

23.1. Трудові відносини у Кооперативному об'єднанні регулюються законодавством України про працю, Законами України «Про кооперацію», «Про сільськогосподарську кооперацію», цим Статутом та Правилами внутрішнього розпорядку Кооперативного об'єднання.

23.2. Для виконання статутних завдань і цілей Кооперативне об'єднання залучає до роботи за трудовим договором осіб, які не є членами Кооперативного об'єднання. За угодою сторін між Кооперативним об'єднанням та найманим працівником трудовий договір може укладатися в формі контракту.

23.3. Кооперативне об'єднання самостійно визначає форми і систему оплати праці з урахуванням норм і гарантій, встановлених законодавством України.

Мінімальна заробітна плата працівників Кооперативного об'єднання не може бути нижчою встановленого законодавством України мінімального розміру заробітної плати.

23.4. Кооперативне об'єднання згідно з чинним законодавством України здійснює обов'язкове державне страхування найманих працівників та сплачує відповідні відрахування у страховий та пенсійний фонди України.

РОЗДІЛ VII. РЕОРГАНІЗАЦІЯ ТА ЛІКВІДАЦІЯ КООПЕРАТИВНОГО ОБ'ЄДНАННЯ

24. Реорганізація Кооперативного об'єднання:

24.1. Кооперативне об'єднання за рішенням загальних зборів може реорганізуватися в інші суб'єкти господарювання відповідно до законодавства України. З моменту реорганізації Кооперативне об'єднання припиняє свою діяльність.

У разі реорганізації Кооперативного об'єднання все його майно та всі його права і обов'язки переходять до правонаступника.

25. Ліквідація Кооперативного об'єднання

25.1. Кооперативне об'єднання ліквідується:

- за рішенням загальних зборів членів Кооперативного об'єднання;
- у разі, якщо кількість членів Кооперативного об'єднання стає менше трьох;
- за рішенням суду загальної юрисдикції або господарського суду.

25.2. Ліквідація Кооперативного об'єднання здійснюється ліквідаційною комісією, призначеною загальними зборами членів Кооперативного об'єд-

нання, а у разі ліквідації за рішенням суду або господарського суду — ліквідаційною комісією, призначеною цими органами.

З дня призначення ліквідаційної комісії до неї переходять повноваження з управління Кооперативним об'єднанням. Ліквідаційна комісія у триденний термін з дати її призначення публікує інформацію про ліквідацію Кооперативного об'єднання в одному з офіційних друкованих засобів масової інформації із зазначенням строку подачі заяв кредиторами своїх претензій. Ліквідаційна комісія проводить належну підготовчу та організаційну роботу, складає ліквідаційний баланс та подає його органу, що прийняв рішення про ліквідацію Кооперативного об'єднання. Повнота і достовірність ліквідаційного балансу повинні бути підтверджені аудиторами.

25.3. Майно Кооперативного об'єднання, що залишилося після задоволення вимог кредиторів Кооперативного об'єднання здійснення виплат членам Кооперативного об'єднання паїв та виплат на паї, кооперативних виплат, оплати праці, розподіляється між членами Кооперативного об'єднання у порядку, визначеному статутом.

Майно неподільного фонду не підлягає поділу між його членами і передається за рішенням ліквідаційної комісії іншій (іншим) кооперативній організації (кооперативним організаціям). При цьому у рішенні повинні бути визначені напрями використання зазначеного майна.

25.4. Ліквідація вважається завершеною, а Кооперативне об'єднання таким, що припинило свою діяльність з моменту внесення органом державної реєстрації запису про його ліквідацію до державного реєстру.

РОЗДІЛ VIII. ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ

26. Зміни та доповнення

Зміни та доповнення до Статуту Кооперативного об'єднання вносяться за рішенням загальних зборів членів Кооперативного об'єднання. Внесення змін та доповнень до Статуту оформлюється окремим додатком до нього або шляхом викладення в новій редакції. Зміни до Статуту Кооперативного об'єднання підлягають державній реєстрації.

Зміни та доповнення є невід'ємною частиною Статуту Кооперативного об'єднання.

Повідомлення про зміни та доповнення до Статуту надсилаються до органу, що зареєстрував Кооперативне об'єднання, у визначений законодавством термін.

Цей Статут набирає чинності з дати державної реєстрації Кооперативного об'єднання. Статут втрачає чинність з моменту виключення Кооперативного об'єднання з державного реєстру.

Голова правління
Кооперативного об'єднання

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Додаток 8

Результати відповідей на запитання «Чи хотіли б Ви стати підприємцем?»

	Усі респонденти		У тому числі за бажанням стати підприємцем			
			так		ні	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Житомирська область	10595	100,0	3012	28,4	7583	71,6
райони						
Андрушівський	476	100,0	132	27,7	344	72,3
Баранівський	335	100,0	99	29,6	236	70,4
Бердичівський	510	100,0	136	26,7	374	73,3
Брусилівський	317	100,0	82	25,9	235	74,1
Вол.-Волинський	335	100,0	108	32,2	227	67,8
Ємільчинський	635	100,0	153	24,1	482	75,9
Житомирський	529	100,0	160	30,2	369	69,8
Коростенський	652	100,0	191	29,3	461	70,7
Коростишівський	406	100,0	109	26,8	297	73,2
Лугинський	300	100,0	88	29,3	212	70,7
Любарський	423	100,0	115	27,2	308	72,8
Малинський	458	100,0	140	30,6	318	69,4
Народицький	282	100,0	78	27,7	204	72,3
Нов.-Волинський	688	100,0	219	31,8	469	68,2
Овруцький	564	100,0	160	28,4	404	71,6
Олевський	370	100,0	94	25,4	276	74,6
Попільнянський	547	100,0	175	32,0	372	68,0
Радомишльський	530	100,0	140	26,4	390	73,6
Романівський	423	100,0	114	27,0	309	72,0
Ружинський	564	100,0	177	31,4	387	68,6
Червоноармійський	353	100,0	103	29,2	250	70,8
Черняхівський	423	100,0	118	27,9	305	72,1
Чуднівський	475	100,0	121	25,5	354	74,5

Результати відповідей на запитання «Чи вважаєте Ви себе здатним до підприємницької діяльності?»

	Усі респонденти		У тому числі за здатністю до підприємницької діяльності			
	Кількість відповідей	%	так		ні	
			Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Житомирська область	10595	100,0	3946	37,2	6649	62,8
райони						
Андрушівський	476	100,0	195	41,0	281	59,0
Баранівський	335	100,0	142	42,4	193	57,6
Бердичівський	510	100,0	191	37,5	319	62,5
Брусилівський	317	100,0	115	36,3	202	63,7
Вол.-Волинський	335	100,0	146	43,6	189	56,4
Ємільчинський	635	100,0	230	36,2	405	63,8
Житомирський	529	100,0	231	43,7	298	56,3
Коростенський	652	100,0	247	37,9	405	62,1
Коростишівський	406	100,0	117	28,8	289	71,2
Лугинський	300	100,0	110	36,7	190	63,3
Любарський	423	100,0	146	34,5	277	65,5
Малинський	458	100,0	149	32,5	309	67,5
Народицький	282	100,0	85	30,1	197	69,9
Нов.-Волинський	688	100,0	286	41,6	402	58,4
Овруцький	564	100,0	238	42,2	326	57,8
Олевський	370	100,0	137	37,0	233	63,0
Попільнянський	547	100,0	228	41,7	319	58,3
Радомишльський	530	100,0	156	29,4	374	70,6
Романівський	423	100,0	143	33,8	280	66,2
Ружинський	564	100,0	208	36,9	356	63,1
Червоноармійський	353	100,0	108	30,6	245	69,4
Черняхівський	423	100,0	161	38,1	262	61,9
Чуднівський	475	100,0	177	37,3	298	62,7

Результати відповідей на запитання «В яких сферах економічної діяльності Ви б хотіли відкрити власну справу?»

	Усі респонденти		У тому числі за сферами економічної діяльності, в яких хотіли б відкрити власну справу					
			Сфера послуг		Громадське харчування (ресторанне господарство)		Сільське господарство	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Житомирська обл.	10595	100,0	1518	14,3	602	5,7	2586	24,4
райони								
Андрушівський	476	100,0	75	15,7	26	5,5	115	24,2
Баранівський	335	100,0	46	13,7	24	7,1	81	24,2
Бердичівський	510	100,0	89	17,4	26	5,1	131	25,6
Брусилівський	317	100,0	34	10,7	16	5,1	73	23,0
Вол.-Волинський	335	100,0	45	13,4	21	6,3	64	19,1
Ємільчинський	635	100,0	63	9,9	33	5,2	138	21,7
Житомирський	529	100,0	74	14,0	39	7,4	117	22,1
Коростенський	652	100,0	95	14,6	35	5,4	180	27,6
Коростишівський	406	100,0	59	14,5	16	3,9	93	22,9
Лугинський	300	100,0	38	12,7	18	6,0	86	28,7
Любарський	423	100,0	75	17,7	16	3,8	117	27,6
Малинський	458	100,0	81	17,7	24	5,3	116	25,3
Народицький	282	100,0	25	8,9	24	8,5	71	25,2
Нов.-Волинський	688	100,0	108	15,7	36	5,2	151	22,0
Овруцький	564	100,0	65	11,5	39	6,9	114	20,2
Олевський	370	100,0	45	12,2	27	7,3	85	23,0
Попільнянський	547	100,0	77	14,1	33	6,0	138	25,2
Радомишльський	530	100,0	81	15,3	19	3,6	142	26,8
Романівський	423	100,0	55	13,0	23	5,4	118	27,9
Ружинський	564	100,0	106	18,8	25	4,4	151	26,8
Червоноармійський	353	100,0	61	17,3	22	6,2	93	26,3
Черняхівський	423	100,0	51	12,1	26	6,1	98	23,2
Чуднівський	475	100,0	70	14,7	34	7,1	114	24,0

	У тому числі за сферами економічної діяльності, в яких хотіли б відкрити власну справу							
	Торгівля		Будівництво		Транспорт і зв'язок		Промисловість	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Житомирська обл.	2192	20,7	428	4,0	236	2,2	157	1,5
райони								
Андрушівський	95	19,9	18	3,8	9	1,9	7	1,5
Баранівський	76	22,7	16	4,8	5	1,5	10	3,0
Бердичівський	78	15,3	26	5,1	10	2,0	4	0,8
Брусилівський	69	21,8	9	2,8	6	1,9	8	2,5
Вол.-Волинський	53	15,8	10	3,0	13	3,9	3	0,9
Ємільчинський	106	16,7	25	3,9	17	2,7	5	0,8
Житомирський	84	15,9	26	4,9	10	1,9	10	1,9
Коростенський	169	25,9	28	4,3	8	1,2	12	1,8
Коростишівський	75	18,5	12	2,9	10	2,5	6	1,5
Лугинський	85	28,3	9	3,0	4	1,3	2	0,7
Любарський	99	23,4	19	4,5	8	1,9	3	0,7
Малинський	86	18,8	17	3,7	18	3,9	7	1,5
Народицький	68	24,1	13	4,6	7	2,5	9	3,2
Нов.-Волинський	133	19,3	28	4,1	22	3,2	5	0,7
Овруцький	92	16,3	31	5,5	14	2,5	6	1,1
Олевський	53	14,3	10	2,7	7	1,9	8	2,2
Попільнянський	146	26,7	23	4,2	8	1,5	11	2,0
Радомишльський	106	20,0	19	3,6	10	1,9	7	1,3
Романівський	121	28,6	13	3,1	4	0,9	2	0,5
Ружинський	117	20,7	23	4,1	20	3,6	6	1,1
Червоноармійський	69	19,6	15	4,2	12	3,4	8	2,3
Черняхівський	110	26,0	17	4,0	6	1,4	8	1,9
Чуднівський	102	21,5	21	4,4	8	1,7	10	2,1

	У тому числі за сферами економічної діяльності, в яких хотіли б відкрити власну справу					
	Операції з нерухомістю		Фінансова діяльність		Інше (не хочуть займатися підприємницькою діяльністю)	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Житомирська обл.	164	1,6	300	2,8	2412	22,8
райони						
Андрушівський	9	1,9	12	2,5	110	23,1
Баранівський	5	1,5	13	3,9	59	17,6
Бердичівський	11	2,2	12	2,4	123	24,1
Брусилівський	3	0,9	4	1,3	95	30,0
Вол.-Волинський	4	1,2	10	3,0	112	33,4
Ємільчинський	8	1,3	9	1,4	231	36,4
Житомирський	3	0,6	16	3,0	150	28,3
Коростенський	11	1,7	26	4,0	88	13,5
Коростишівський	4	1,0	14	3,5	117	28,8
Лугинський	10	3,3	4	1,3	44	14,7
Любарський	8	1,9	10	2,4	68	16,1
Малинський	11	2,4	13	2,8	85	18,6
Народицький	2	0,7	14	4,9	49	17,4
Нов.-Волинський	8	1,2	16	2,3	181	26,3
Овруцький	6	1,1	7	1,2	190	33,7
Олевський	3	0,8	15	4,0	117	31,6
Попільнянський	8	1,5	22	4,0	81	14,8
Радомишльський	7	1,3	17	3,2	122	23,0
Романівський	11	2,6	7	1,7	69	16,3
Ружинський	12	2,1	13	2,3	91	16,1
Червоноармійський	6	1,7	17	4,8	50	14,2
Черняхівський	7	1,7	12	2,8	88	20,8
Чуднівський	7	1,5	17	3,6	92	19,4

Результати відповідей на запитання «Які чинники заважають реалізації Ваших планів займатися підприємницькою діяльністю?»

	Усі респонденти		У тому числі за чинниками, які заважають реалізації планів займатися підприємницькою діяльністю					
			Стан здоров'я		Вік		Невпевненість у власних підприємницьких здібностях	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Житомирська обл.	13610	100,0	2231	16,4	2083	15,3	1664	12,2
райони								
Андрушівський	622	100,0	120	19,3	89	14,3	95	15,3
Баранівський	415	100,0	75	18,1	57	13,7	53	12,8
Бердичівський	632	100,0	117	18,5	107	16,9	71	11,2
Брусилівський	411	100,0	73	17,8	54	13,1	61	14,9
Вол.-Волинський	445	100,0	64	14,4	59	13,2	51	11,5
Ємільчинський	879	100,0	95	10,8	118	13,4	118	13,4
Житомирський	655	100,0	107	16,3	98	15,0	88	13,5
Коростенський	832	100,0	149	17,9	136	16,3	88	10,6
Коростишівський	496	100,0	80	16,1	97	19,6	44	8,9
Лугинський	396	100,0	59	14,9	68	17,2	44	11,1
Любарський	545	100,0	85	15,6	75	13,8	55	10,1
Малинський	603	100,0	102	16,9	107	17,7	76	12,6
Народицький	337	100,0	72	21,4	50	14,8	42	12,5
Нов.-Волинський	895	100,0	140	15,6	124	13,9	108	12,1
Овруцький	790	100,0	84	10,6	103	13,1	104	13,2
Олевський	452	100,0	79	17,5	68	15,0	71	15,7
Попільнянський	696	100,0	113	16,2	104	14,9	74	10,6
Радомишльський	651	100,0	114	17,5	132	20,3	58	8,9
Романівський	557	100,0	79	14,2	89	16,0	68	12,2
Ружинський	739	100,0	123	16,7	107	14,5	83	11,2
Червоноармійський	437	100,0	88	20,1	76	17,4	48	11,0
Черняхівський	527	100,0	91	17,3	79	15,0	70	13,3
Чуднівський	598	100,0	122	20,4	86	14,4	94	15,7

	У тому числі за чинниками, які заважають реалізації планів займатися підприємницькою діяльністю					
	Висока ризикованість		Недосконале оподаткування		Висока вартість кредитів	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Житомирська обл.	2728	20,0	1244	9,2	2410	17,7
райони						
Андрушівський	124	19,9	47	7,6	103	16,6
Баранівський	84	20,2	37	8,9	80	19,3
Бердичівський	138	21,9	40	6,3	115	18,2
Брусилівський	93	22,6	24	5,8	68	16,6
Вол.-Волинський	80	18,0	47	10,6	79	17,7
Смільчинський	206	23,4	124	14,1	157	17,9
Житомирський	120	18,3	55	8,4	124	18,9
Коростенський	159	19,1	61	7,3	156	18,8
Коростишівський	94	19,0	53	10,7	77	15,5
Лугинський	84	21,2	44	11,1	77	19,4
Любарський	106	19,4	59	10,8	98	18,0
Малинський	114	18,9	42	7,0	105	17,4
Народицький	66	19,6	19	5,6	51	15,1
Нов.-Волинський	167	18,7	101	11,3	156	17,4
Овруцький	188	23,8	105	13,3	151	19,1
Олевський	79	17,5	32	7,1	76	16,8
Попільнянський	148	21,3	53	7,6	137	19,7
Радомишльський	108	16,6	64	9,8	104	16,0
Романівський	121	21,7	64	11,5	101	18,1
Ружинський	140	18,9	67	9,1	134	18,1
Червоноармійський	81	18,5	23	5,3	79	18,1
Черняхівський	123	23,3	38	7,2	82	15,6
Чуднівський	105	17,6	45	7,5	100	16,7

	У тому числі за чинниками, які заважають реалізації планів займатися підприємницькою діяльністю					
	Відсутність інформації про можливість започаткування та особливості ведення бізнесу в певній сфері		Перешкоди з боку органів місцевого самоврядування		Інше	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Житомирська обл.	568	4,2	97	0,7	585	4,3
райони						
Андрушівський	27	4,3	2	0,3	15	2,4
Баранівський	14	3,4	2	0,5	13	3,1
Бердичівський	19	3,0	2	0,3	23	3,7
Брусилівський	17	4,1	4	1,0	17	4,1
Вол.-Волинський	21	4,7	5	1,1	39	8,8
Ємільчинський	32	3,7	7	0,8	22	2,5
Житомирський	27	4,1	6	0,9	30	4,6
Коростенський	34	4,1	8	1,0	41	4,9
Коростишівський	24	4,8	2	0,4	25	5,0
Лугинський	14	3,5	1	0,3	5	1,3
Любарський	29	5,3	6	1,1	32	5,9
Малинський	21	3,5	4	0,7	32	5,3
Народицький	21	6,2	4	1,2	12	3,6
Нов.-Волинський	30	3,3	8	0,9	61	6,8
Овруцький	35	4,4	5	0,6	15	1,9
Олевський	19	4,2	3	0,7	25	5,5
Попільнянський	25	3,6	6	0,9	36	5,2
Радомишльський	36	5,5	3	0,5	32	4,9
Романівський	20	3,6	4	0,7	11	2,0
Ружинський	33	4,5	6	0,8	46	6,2
Червоноармійський	19	4,3	4	0,9	19	4,4
Черняхівський	25	4,7	1	0,2	18	3,4
Чуднівський	26	4,3	4	0,7	16	2,7

Результати відповідей на запитання «Які чинники, на Вашу думку, сприятимуть організації підприємницької діяльності?»

	Усі респонденти		У тому числі за чинниками, що сприятимуть організації підприємницької діяльності			
			Пільгове кредитування організації власної справи		Безплатне навчання майбутньої справи	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Житомирська область	13916	100,0	5235	37,6	3201	23,0
райони						
Андрушівський	631	100,0	241	38,2	158	25,1
Баранівський	424	100,0	166	39,2	103	24,3
Бердичівський	625	100,0	259	41,4	144	23,0
Брусилівський	410	100,0	154	37,6	98	23,9
Вол.-Волинський	470	100,0	162	34,5	93	19,8
Ємільчинський	912	100,0	353	38,7	235	25,8
Житомирський	673	100,0	256	38,0	122	18,1
Коростенський	839	100,0	333	39,7	194	23,1
Коростишівський	494	100,0	180	36,4	114	23,1
Лугинський	417	100,0	174	41,7	74	17,8
Любарський	566	100,0	216	38,1	116	20,5
Малинський	601	100,0	213	35,4	144	23,9
Народицький	344	100,0	101	29,4	103	29,9
Нов.-Волинський	934	100,0	317	33,9	216	23,1
Овруцький	828	100,0	343	41,4	195	23,6
Олевський	462	100,0	160	34,6	86	18,6
Попільнянський	697	100,0	278	39,9	155	22,2
Радомишльський	658	100,0	248	37,7	158	24,0
Романівський	585	100,0	240	41,0	107	18,3
Ружинський	750	100,0	277	36,9	170	22,7
Червоноармійський	449	100,0	147	32,7	114	25,4
Черняхівський	535	100,0	177	33,1	152	28,4
Чуднівський	612	100,0	240	39,2	150	24,5

	У тому числі за чинниками, що сприятимуть організації підприємницької діяльності							
	Консультаційне та інформаційне забезпечення підприємств з економічних, технологічних, правових питань після організації власної справи		Проведення заходів для виявлення здатних до підприємницької діяльності		Пільгове оподаткування		Інше	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Житомирська обл.	1378	9,9	809	5,8	2705	19,5	588	4,2
райони								
Андрушівський	51	8,1	36	5,7	129	20,4	16	2,5
Баранівський	45	10,6	15	3,5	83	19,6	12	2,8
Бердичівський	54	8,7	30	4,8	116	18,6	22	3,5
Брусилівський	45	11,0	27	6,6	76	18,5	10	2,4
Вол.-Волинський	62	13,2	36	7,6	88	18,7	29	6,2
Ємільчинський	125	13,7	38	4,2	137	15,0	24	2,6
Житомирський	69	10,3	56	8,3	141	21,0	29	4,3
Коростенський	68	8,1	41	4,9	169	20,1	34	4,1
Коростишівський	42	8,5	26	5,3	94	19,0	38	7,7
Лугинський	39	9,4	28	6,7	96	23,0	6	1,4
Любарський	57	10,1	27	4,8	119	21,0	31	5,5
Малинський	40	6,7	40	6,7	125	20,8	39	6,5
Народицький	36	10,5	28	8,1	58	16,9	18	5,2
Нов.-Волинський	113	12,1	59	6,3	176	18,9	53	5,7
Овруцький	107	12,9	38	4,6	134	16,2	11	1,3
Олевський	53	11,5	42	9,1	98	21,2	23	5,0
Попільнянський	55	7,9	34	4,9	143	20,5	32	4,6
Радомишльський	56	8,5	33	5,0	123	18,7	40	6,1
Романівський	57	9,7	40	6,8	129	22,1	12	2,1
Ружинський	60	8,0	38	5,1	158	21,1	47	6,2
Червоноармійський	38	8,5	35	7,8	87	19,4	28	6,2
Черняхівський	51	9,5	29	5,4	109	20,4	17	3,2
Чуднівський	55	9,0	33	5,4	117	19,1	17	2,8

**Результати відповідей на запитання
«Які Ви маєте джерела одержання інформації про можливості
започаткування та особливості ведення власної справи?»**

	Усі респонденти		У тому числі за джерелами одержання інформації про можливості започаткування та особливостями ведення власної справи			
			Радіо		Телебачення	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Житомирська обл.	16534	100,0	1849	11,2	6528	39,5
райони						
Андрушівський	707	100,0	101	14,3	272	38,5
Баранівський	525	100,0	60	11,4	187	35,6
Бердичівський	746	100,0	98	13,1	312	41,8
Брусилівський	530	100,0	73	13,8	233	43,9
Вол.-Волинський	534	100,0	65	12,2	199	37,3
Ємільчинський	1013	100,0	105	10,4	379	37,4
Житомирський	780	100,0	77	9,9	304	39,0
Коростенський	1036	100,0	120	11,6	403	38,9
Коростишівський	608	100,0	70	11,5	275	45,2
Лугинський	485	100,0	48	9,9	195	40,2
Любарський	692	100,0	78	11,3	264	38,2
Малинський	742	100,0	71	9,6	294	39,6
Народицький	411	100,0	27	6,6	181	44,0
Нов.-Волинський	1107	100,0	132	11,9	393	35,5
Овруцький	887	100,0	94	10,6	334	37,7
Олевський	542	100,0	54	9,9	237	43,7
Попільнянський	839	100,0	81	9,6	325	38,7
Радомишльський	828	100,0	107	12,9	359	43,4
Романівський	688	100,0	70	10,2	272	39,5
Ружинський	910	100,0	95	10,4	361	39,7
Червоноармійський	555	100,0	50	9,0	219	39,5
Черняхівський	637	100,0	73	11,5	258	40,5
Чуднівський	732	100,0	100	13,7	272	37,1

	У тому числі за джерелами одержання інформації про можливості започаткування та особливостями ве- дення власної справи					
	Газетні, журналь- ні публікації		Курси підвищен- ня кваліфікації		Загальні збори та сходи селян	
	Кіль- кість відпо- відей	%	Кіль- кість відпо- відей	%	Кіль- кість відпо- відей	%
Житомирська обл.	4666	28,2	1211	7,3	828	5,0
райони						
Андрушівський	219	31,0	30	4,2	28	4,0
Баранівський	171	32,6	35	6,7	32	6,1
Бердичівський	196	26,3	49	6,6	36	4,8
Брусилівський	153	28,9	21	4,0	23	4,3
Вол.-Волинський	139	26,0	41	7,7	28	5,2
Ємільчинський	306	30,2	89	8,8	46	4,5
Житомирський	239	30,6	48	6,2	38	4,9
Коростенський	272	26,3	82	7,9	72	6,9
Коростишівський	147	24,2	43	7,1	28	4,6
Лугинський	140	28,9	33	6,8	24	4,9
Любарський	206	29,8	57	8,2	23	3,3
Малинський	198	26,7	61	8,2	38	5,1
Народицький	103	25,1	37	9,0	22	5,4
Нов.-Волинський	304	27,5	103	9,3	60	5,4
Овруцький	270	30,4	67	7,6	41	4,6
Олевський	154	28,4	26	4,8	27	5,0
Попільнянський	226	26,9	76	9,1	56	6,7
Радомишльський	206	24,9	55	6,6	42	5,1
Романівський	203	29,5	44	6,4	33	4,8
Ружинський	254	27,9	77	8,5	27	3,0
Червоноармійський	145	26,1	48	8,7	39	7,0
Черняхівський	200	31,4	46	7,2	26	4,1
Чуднівський	215	29,4	43	5,9	39	5,3

	У тому числі за джерелами одержання інформації про можливості започаткування та особливостями ведення власної справи					
	Брошури та інформаційні листки		Дорадча служба		Інше	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Житомирська обл.	745	4,5	311	1,9	396	2,4
райони						
Андрушівський	37	5,2	9	1,3	11	1,5
Баранівський	28	5,3	9	1,7	3	0,6
Бердичівський	37	5,0	7	0,9	11	1,5
Брусилівський	9	1,7	9	1,7	9	1,7
Вол.-Волинський	24	4,5	16	3,0	22	4,1
Смілччинський	39	3,8	19	1,9	30	3,0
Житомирський	39	5,0	19	2,4	16	2,0
Коростенський	37	3,6	20	1,9	30	2,9
Коростишівський	19	3,1	14	2,3	12	2,0
Лугинський	29	6,0	11	2,3	5	1,0
Любарський	35	5,1	10	1,4	19	2,7
Малинський	43	5,8	10	1,4	27	3,6
Народицький	21	5,1	8	1,9	12	2,9
Нов.-Волинський	44	4,0	26	2,3	45	4,1
Овруцький	42	4,7	20	2,3	19	2,1
Олевський	21	3,9	14	2,6	9	1,7
Попільнянський	35	4,2	14	1,7	26	3,1
Радомишльський	23	2,8	20	2,4	16	1,9
Романівський	38	5,5	17	2,5	11	1,6
Ружинський	50	5,5	11	1,2	35	3,8
Червоноармійський	35	6,3	8	1,4	11	2,0
Черняхівський	14	2,2	8	1,2	12	1,9
Чуднівський	46	6,3	12	1,6	5	0,7

Результати відповідей на запитання «Яку інформацію щодо ведення сільсько-господарського виробництва Ви б хотіли отримувати?»

	Усі респонденти		У тому числі за видами інформації щодо ведення сільськогосподарського виробництва, яку хотіли б отримувати					
			Про існуючі можливості збуту продукції		Про потенційні можливості збуту продукції		Консультації з агрономії	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Житомирська обл.	13519	100,0	5070	37,5	2339	17,3	968	7,2
райони								
Андрушівський	621	100,0	240	38,6	116	18,7	44	7,1
Баранівський	418	100,0	164	39,2	72	17,2	28	6,7
Бердичівський	615	100,0	258	42,0	85	13,8	36	5,9
Брусилівський	421	100,0	150	35,6	68	16,2	27	6,4
Вол.-Волинський	432	100,0	138	31,9	62	14,4	29	6,7
Ємільчинський	821	100,0	270	32,9	160	19,5	50	6,1
Житомирський	643	100,0	260	40,4	103	16,0	44	6,9
Коростенський	868	100,0	345	39,8	173	19,9	61	7,0
Коростишівський	492	100,0	191	38,8	98	19,9	39	8,0
Лугинський	411	100,0	143	34,8	66	16,0	34	8,3
Любарський	532	100,0	209	39,3	72	13,5	36	6,8
Малинський	609	100,0	211	34,7	95	15,6	55	9,0
Народицький	332	100,0	138	41,6	69	20,8	26	7,8
Нов.-Волинський	894	100,0	298	33,3	144	16,1	67	7,5
Овруцький	711	100,0	246	34,6	124	17,4	42	5,9
Олевський	454	100,0	188	41,4	69	15,2	26	5,7
Попільнянський	711	100,0	271	38,1	158	22,3	44	6,2
Радомишльський	668	100,0	270	40,4	123	18,4	59	8,9
Романівський	566	100,0	201	35,5	87	15,4	47	8,3
Ружинський	726	100,0	266	36,6	103	14,2	55	7,6
Червоноармійський	446	100,0	181	40,6	80	17,9	32	7,2
Черняхівський	532	100,0	200	37,6	108	20,3	55	10,3
Чуднівський	596	100,0	232	38,9	104	17,5	32	5,4

	У тому числі за видами інформації щодо ведення сільськогосподарського виробництва, яку хотіли б отримувати							
	Консультації з тваринництва		Про джерела та умови отримання позик і кредитів		Консультації з економічних питань та оподаткування		Інше	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Житомирська обл.	942	7,0	1981	14,6	1802	13,3	417	3,1
райони								
Андрушівський	39	6,3	87	14,0	80	12,9	15	2,4
Баранівський	31	7,4	64	15,3	57	13,7	2	0,5
Бердичівський	43	7,0	87	14,1	84	13,6	22	3,6
Брусилівський	40	9,5	66	15,7	60	14,2	10	2,4
Вол.-Волинський	35	8,1	66	15,3	77	17,8	25	5,8
Ємільчинський	45	5,5	116	14,1	153	18,6	27	3,3
Житомирський	48	7,5	92	14,3	76	11,8	20	3,1
Коростенський	57	6,6	128	14,7	84	9,7	20	2,3
Коростишівський	37	7,5	54	11,0	63	12,8	10	2,0
Лугинський	33	8,0	78	19,0	53	12,9	4	1,0
Любарський	37	7,0	87	16,3	65	12,2	26	4,9
Малинський	39	6,4	91	14,9	83	13,6	35	5,8
Народицький	21	6,3	41	12,4	30	9,0	7	2,1
Нов.-Волинський	71	7,9	140	15,7	130	14,6	44	4,9
Овруцький	37	5,2	99	13,9	147	20,7	16	2,3
Олевський	38	8,4	65	14,3	52	11,5	16	3,5
Попільнянський	49	6,9	104	14,6	67	9,4	18	2,5
Радомишльський	46	6,9	77	11,5	81	12,1	12	1,8
Романівський	41	7,2	107	18,9	75	13,3	8	1,4
Ружинський	48	6,6	114	15,7	97	13,4	43	5,9
Червоноармійський	32	7,2	55	12,3	47	10,5	19	4,3
Черняхівський	38	7,2	64	12,0	58	10,9	9	1,7
Чуднівський	37	6,2	99	16,6	83	13,9	9	1,5

Результати відповідей на запитання «У який спосіб Ви б хотіли отримувати необхідну консультаційну допомогу?»

	Усі респонденти		У тому числі за способами консультаційної допомоги, яку хотіли б отримувати			
			Індивідуальні консультації в офісі дорадчої служби		Індивідуальні консультації безпосередньо в господарстві	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Житомирська область	11452	100,0	1652	14,4	2923	25,5
райони						
Андрушівський	521	100,0	83	15,9	126	24,2
Баранівський	356	100,0	59	16,6	95	26,7
Бердичівський	548	100,0	91	16,6	164	29,9
Брусилівський	337	100,0	34	10,1	101	30,0
Вол.-Волинський	371	100,0	33	8,9	79	21,3
Смільчинський	691	100,0	82	11,9	202	29,2
Житомирський	553	100,0	108	19,5	152	27,5
Коростенський	705	100,0	97	13,8	178	25,2
Коростишівський	423	100,0	65	15,4	120	28,4
Лугинський	354	100,0	75	21,2	89	25,2
Любарський	459	100,0	58	12,6	92	20,1
Малинський	496	100,0	48	9,7	117	23,6
Народицький	294	100,0	54	18,4	64	21,8
Нов.-Волинський	756	100,0	91	12,0	167	22,1
Овруцький	614	100,0	82	13,4	170	27,7
Олевський	385	100,0	70	18,2	123	32,0
Попільнянський	591	100,0	83	14,0	147	24,9
Радомишльський	556	100,0	82	14,7	156	28,1
Романівський	490	100,0	91	18,6	118	24,1
Ружинський	609	100,0	64	10,5	138	22,7
Червоноармійський	375	100,0	64	17,1	74	19,7
Черняхівський	458	100,0	68	14,9	110	24,0
Чуднівський	510	100,0	70	13,7	141	27,7

	У тому числі за способами консультаційної допомоги, яку хотіли б отримувати							
	Консультавання по телефону		Отримувати інформаційні матеріали дорадчої служби		Спеціальні навчальні заходи дорадчої служби (тренінги, семінари, круглі столи тощо)		Інше	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Житомирська обл.	2778	24,3	1364	11,9	2179	19,0	556	4,9
райони								
Андрушівський	132	25,3	55	10,6	98	18,8	27	5,2
Баранівський	84	23,6	38	10,7	75	21,0	5	1,4
Бердичівський	118	21,5	53	9,7	97	17,7	25	4,6
Брусилівський	85	25,2	42	12,4	66	19,6	9	2,7
Вол.-Волинський	104	28,0	49	13,2	81	21,8	25	6,8
Ємільчинський	123	17,8	84	12,2	171	24,7	29	4,2
Житомирський	113	20,5	73	13,2	87	15,7	20	3,6
Коростенський	189	26,8	93	13,2	129	18,3	19	2,7
Коростишівський	103	24,3	49	11,6	55	13,0	31	7,3
Лугинський	78	22,0	40	11,3	67	18,9	5	1,4
Любарський	113	24,6	52	11,3	111	24,2	33	7,2
Малинський	149	30,0	51	10,3	71	14,3	60	12,1
Народицький	82	27,9	37	12,6	51	17,3	6	2,0
Нов.-Волинський	190	25,1	99	13,1	161	21,3	48	6,4
Овруцький	124	20,2	74	12,0	147	23,9	17	2,8
Олевський	62	16,1	57	14,8	61	15,8	12	3,1
Попільнянський	146	24,7	86	14,6	112	18,9	17	2,9
Радомишльський	149	26,8	60	10,8	76	13,7	33	5,9
Романівський	111	22,7	56	11,4	104	21,2	10	2,0
Ружинський	165	27,1	63	10,3	122	20,0	57	9,4
Червоноармійський	108	28,8	43	11,5	50	13,3	36	9,6
Черняхівський	121	26,4	55	12,0	93	20,3	11	2,4
Чуднівський	129	25,3	55	10,8	94	18,4	21	4,1

Результати відповідей на запитання «Дайте оцінку впливу місцевих органів виконавчої влади на підприємницьку діяльність у вашому регіоні?»

	Усі респонденти		У тому числі за оцінкою впливу місцевих органів виконавчої влади на підприємницьку діяльність			
			Позитивна		Нейтральна	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Житомирська область	10595	100,0	5775	54,5	3824	36,1
райони						
Андрушівський	476	100,0	286	60,1	160	33,6
Баранівський	335	100,0	177	52,8	117	34,9
Бердичівський	510	100,0	265	52,0	183	35,9
Брусилівський	317	100,0	182	57,4	110	34,7
Вол.-Волинський	335	100,0	193	57,6	113	33,7
Ємільчинський	635	100,0	272	42,9	310	48,8
Житомирський	529	100,0	288	54,4	177	33,5
Коростенський	652	100,0	352	54,0	246	37,7
Коростишівський	406	100,0	234	57,6	133	32,8
Лугинський	300	100,0	155	51,7	112	37,3
Любарський	423	100,0	228	53,9	156	36,9
Малинський	458	100,0	282	61,6	141	30,8
Народицький	282	100,0	162	57,5	95	33,7
Нов.-Волинський	688	100,0	374	54,3	233	33,9
Овруцький	564	100,0	257	45,6	271	48,0
Олевський	370	100,0	189	51,1	132	35,7
Попільнянський	547	100,0	311	56,9	195	35,6
Радомишльський	530	100,0	292	55,1	182	34,3
Романівський	423	100,0	212	50,1	161	38,1
Ружинський	564	100,0	348	61,7	177	31,4
Червоноармійський	353	100,0	207	58,6	116	32,9
Черняхівський	423	100,0	250	59,1	136	32,1
Чуднівський	475	100,0	259	54,5	168	35,4

	У тому числі за оцінкою впливу місцевих органів виконавчої влади на підприємницьку діяльність			
	Негативна		Інша	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Житомирська обл.	847	8,0	149	1,4
райони				
Андрушівський	24	5,0	6	1,3
Баранівський	41	12,3	0	0,0
Бердичівський	46	9,0	16	3,1
Брусилівський	21	6,6	4	1,3
Вол.-Волинський	24	7,2	5	1,5
Ємільчинський	42	6,6	11	1,7
Житомирський	60	11,3	4	0,8
Коростенський	49	7,5	5	0,8
Коростишівський	34	8,4	5	1,2
Лугинський	28	9,3	5	1,7
Любарський	34	8,0	5	1,2
Малинський	24	5,2	11	2,4
Народицький	19	6,7	6	2,1
Нов.-Волинський	79	11,5	2	0,3
Овруцький	26	4,6	10	1,8
Олевський	42	11,3	7	1,9
Попільнянський	38	6,9	3	0,6
Радомишльський	48	9,1	8	1,5
Романівський	42	9,9	8	1,9
Ружинський	30	5,3	9	1,6
Червоноармійський	23	6,5	7	2,0
Черняхівський	30	7,1	7	1,7
Чуднівський	43	9,1	5	1,0

Результати відповідей на запитання «Визначте, будь ласка, Вашу оцінку перспектив економіки Вашого населеного пункту на найближчі два роки?»

	Усі респонденти		У тому числі за оцінкою перспектив економіки населеного пункту на найближчі два роки			
			Значний ріст		Певний ріст	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Житомирська область	10595	100,0	878	8,3	2592	24,5
райони						
Андрушівський	476	100,0	36	7,6	108	22,7
Баранівський	335	100,0	24	7,2	89	26,6
Бердичівський	510	100,0	24	4,7	108	21,2
Брусилівський	317	100,0	26	8,2	57	18,0
Вол.-Волинський	335	100,0	33	9,8	71	21,2
Ємільчинський	635	100,0	27	4,2	125	19,7
Житомирський	529	100,0	52	9,8	125	23,6
Коростенський	652	100,0	44	6,7	155	23,8
Коростишівський	406	100,0	46	11,3	159	39,2
Лугинський	300	100,0	38	12,7	79	26,3
Любарський	423	100,0	28	6,6	115	27,2
Малинський	458	100,0	36	7,9	116	25,3
Народицький	282	100,0	37	13,1	74	26,3
Нов.-Волинський	688	100,0	73	10,6	133	19,3
Овруцький	564	100,0	30	5,3	128	22,7
Олевський	370	100,0	33	8,9	74	20,0
Попільнянський	547	100,0	38	6,9	128	23,4
Радомишльський	530	100,0	53	10,0	191	36,1
Романівський	423	100,0	43	10,2	115	27,2
Ружинський	564	100,0	54	9,6	155	27,5
Червоноармійський	353	100,0	28	7,9	87	24,7
Черняхівський	423	100,0	45	10,6	87	20,6
Чуднівський	475	100,0	30	6,3	113	23,8

	У тому числі за оцінкою перспектив економіки населеного пункту на найближчі два роки							
	Залишаться на існуючому рівні		Певний спад		Значний спад		Відмова відповідей	
	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%	Кількість відповідей	%
Житомирська обл.	3817	36,0	1348	12,7	711	6,7	1249	11,8
райони								
Андрушівський	174	36,6	70	14,7	43	9,0	45	9,4
Баранівський	113	33,7	43	12,8	32	9,6	34	10,1
Бердичівський	175	34,3	92	18,0	49	9,6	62	12,2
Брусилівський	147	46,4	37	11,7	22	6,9	28	8,8
Вол.-Волинський	107	31,9	31	9,3	27	8,1	66	19,7
Ємільчинський	276	43,5	63	9,9	48	7,6	96	15,1
Житомирський	172	32,5	68	12,9	54	10,2	58	11,0
Коростенський	248	38,0	99	15,2	31	4,8	75	11,5
Коростишівський	106	26,1	46	11,3	10	2,5	39	9,6
Лугинський	104	34,7	30	10,0	12	4,0	37	12,3
Любарський	163	38,5	51	12,1	22	5,2	44	10,4
Малинський	169	36,9	68	14,9	19	4,1	50	10,9
Народицький	90	31,9	37	13,1	18	6,4	26	9,2
Нов.-Волинський	251	36,5	61	8,9	59	8,6	111	16,1
Овруцький	220	39,0	56	9,9	49	8,7	81	14,4
Олевський	137	37,0	51	13,8	31	8,4	44	11,9
Попільнянський	200	36,6	90	16,5	30	5,5	61	11,1
Радомишльський	156	29,4	59	11,1	16	3,0	55	10,4
Романівський	155	36,6	43	10,2	17	4,0	50	11,8
Ружинський	210	37,5	69	12,2	23	4,1	53	9,4
Червоноармійський	118	33,4	57	16,1	25	7,1	38	10,8
Черняхівський	169	40,0	51	12,0	27	6,4	44	10,4
Чуднівський	157	33,1	76	16,0	47	9,9	52	10,9

Довідкове видання

Микитюк В.М., Скидан О.В., Ковальчук О.Д.,
Янчевський В.Л., Судак Г.В., Жерибор Л.Л.

**РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА У СІЛЬСЬКІЙ
МІСЦЕВОСТІ**

Довідник

Друкується в авторській редакції.

Підписано до друку 2012 р. Формат 60x84/16
Гарнітура Times New Roman
Умов.друк.арк.
Тираж 1000 прим. Зам. №