

4. Ткаченко Н.В. Інвестиційна діяльність страхових компаній: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.04.01 «Гроші, фінанси і кредит» / Н.В. Ткаченко ; НАН України. Ін-т екон. прогнозування. — К., 2004. — 20 с.

## **БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В СИСТЕМІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ**

*Осадчук Ю.М., викладач кафедри фінансів,  
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут,  
м. Хмельницький, Україна*

Реалізація будь-якої підприємницької ідеї потребує відповіді на запитання: хто буде конкретним споживачем, на яку частку ринку може претендувати продукт підприємства, які кошти потрібні для виконання проекту, чи виправдовує себе проект економічно та ін. Аби відповісти на них, і складається бізнес-план.

Про такі види планів у нашій країні почали згадувати на початку 90-х років. А вже в 1994-1995 рр. підприємства стали розробляти їх за власними методиками.

Дослівно термін «бізнес-план» у перекладі з англійської означає план підприємницької діяльності. У прикладному ж розумінні – це документ, у якому викладено сутність підприємницької ідеї, шляхи і засоби її реалізації, охарактеризовано ринкові, виробничі, організаційні, фінансові аспекти майбутнього бізнесу та особливості управління ним. Призначення цього документа – накреслити курс компанії чи підприємства на певний проміжок часу. У ньому формулюються перспективні та поточні цілі реалізації ідеї, оцінюються сильні і слабкі сторони бізнесу, наводяться результати аналізу ринку та його особливостей, викладаються подробиці функціонування підприємства за цих умов, визначаються обсяги фінансових і матеріальних ресурсів для втілення проекту.

Бізнес-план дає змогу перевірити й реалістичність підприємницької ідеї ще до початку втілення її у практику. Можливо, в результаті підготовки документа з'ясується, що за даних економічних умов здійснення підприємницького проекту є нереальним або економічно недоцільним.

Бізнес-план у споживчій кооперації України може виконувати дві важливі функції. Зовнішню – ознайомлювати представників ділового світу із сутністю та основними аспектами підприємницьких ідей (причому кооператори повинні розглядати його передусім як інструмент залучення необхідних фінансових

ресурсів) та внутрішню – життєво важливу для діяльності самого підприємства – формування механізму самоорганізації, тобто цілісної, комплексної системи управління підприємницьким проектом.

У межах останньої треба розрізнити два напрями застосування цього документа на підприємствах системи:

як інструмента стратегічного планування та оперативного управління діяльністю підприємства (він є основою поточного планування, сприяє глибшому усвідомленню працівниками особистих завдань, пов'язаних зі спільним для них бізнесом);

як механізму аналізу, контролю та оцінювання діяльності підприємства в процесі реалізації підприємницького проекту (він дає змогу виявляти відхилення від плану та своєчасно корегувати напрями подальшого розвитку).

Бізнес-плани класифікують за такими ознаками:

сферою ведення бізнесу (виробництво, будівництво, роздрібна та оптова торгівля, надання послуг, посередницька діяльність тощо);

масштабами (великий, середній, малий);

характеристиками продукту (традиційний, принципово новий, виробничо-технічного чи споживчого призначення).

Бізнес-план може стати інструментом для залучення зовнішнього капіталу. На початковій стадії якісного оновлення підприємства він слугуватиме основним інструментом комунікації між цим капіталом, майбутніми постачальниками, виробниками та посередниками. За допомогою ґрунтовно розробленого бізнес-плану можна переконати своїх майбутніх ділових партнерів, а також працівників свого підприємства в тому, що ідея відродження бізнесу є справді перспективною, а головне, що керівництво має реальну програму для успішної її реалізації. Бізнес-план стандартизує процедуру ознайомлення з бізнесом, заощаджує час, упорядковує контакти. Він моделює системи управління підприємством, враховує різні чинники, і завдяки йому, зрештою, відбувається відродження підприємства. За його допомогою можна попередньо визначити перешкоди на шляху ведення бізнесу та запобігти їх виникненню. Адже розробляючи бізнес-план, керівник вимушений моделювати різні ситуації, з'ясовувати проблеми, які можуть перешкодити втіленню підприємницького проекту. Звичайно, це не вберігає від можливих помилок, але дає змогу керівникам підприємства ще раз обдумати, як повести себе в тій чи іншій ситуації.

Розроблення плану сприяє також розвитку особистих управлінських якостей керівника. Розробляючи бізнес-план, голова правління районного чи сільського споживчого товариства, директор магазину, інші керівники, мають всебічно охарактеризувати майбутній бізнес. Так вони набувають певного

досвіду з оцінки умов конкуренції, пошуку способів просування на ринок, використання переваг власного бізнесу, фінансового планування тощо.

Для розробки ефективного бізнес-плану потрібно добре володіти методологією, адже процес його складання є специфічним у кожному конкретному випадку. Дати якусь універсальну (стандартну) схему розробки неможливо. Проте узагальнення підприємницького досвіду дає змогу виділити три основні стадії бізнес-планування: початкову, підготовчу, основну.

## **ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ РОЯЛТІ В ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

*Сакалош О.М., магістр економіки, Київський національний університет імені  
Тараса Шевченка, м. Київ, Україна*

На сучасному етапі розвитку економіки, конкурентоспроможність підприємств значною мірою залежить від застосування новітніх технологій та наукових розробок. Українські підприємства часто використовують інтелектуальну власність, створену і зареєстровану в інших країнах, сплачуючи за це роялті, з метою залучення іноземних технологічних досягнень. Це, в свою чергу, зумовлює необхідність використання правильного підходу до оподаткування таких операцій. Дана проблема знайшла своє висвітлення в публікаціях вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема Н. Даніка, О. Дубовика, К. Крикуненко, О. Покатаєва, М. Греггі.

Метою даної роботи є визначення основних засад оподаткування роялті в зовнішньоекономічній діяльності підприємств та аналіз ризиків, пов'язаних з цими операціями.

Податковий кодекс України (ПКУ) визначає роялті як платіж, отриманий у вигляді винагороди за користування або за надання права на користування будь-яким авторським або суміжним правом.

З ціллю оподаткування податком на прибуток, законодавством визначено, що отримання роялті слід відносити до складу інших доходів. Датою отримання доходів у вигляді роялті є дата нарахування таких доходів, яка встановлена відповідно до умов укладених договорів. Витрати з нарахування роялті на користь нерезидентів вважаються витратами подвійного призначення і підлягають включенню до складу витрат з обмеженням в 4% від виручки [3].

До складу витрат не включаються нарахування роялті у звітному періоді у випадках якщо:

особа, на користь якої нараховуються роялті, є нерезидентом, що має офшорний статус