

УДК: 346

О.М. Онищенко, асистент

Київська державна академія водного транспорту
імені гетьмана Петра Конашевича-Сагайдачного
Кафедра господарського та транспортного права
вул. Кирилівська, 9/3, Київ, 04071, Україна

ДОПОМІЖНА ДІЯЛЬНІСТЬ У СФЕРІ ГОСПОДАРЮВАННЯ

У статті здійснюється аналіз поняття та деяких видів допоміжної діяльності у сфері господарювання, як однієї з класифікаційних видів господарської діяльності.

Ключові слова: господарська діяльність, допоміжна діяльність, сфера господарювання.

Постановка проблеми. Відповідно до ст. 259 Господарського кодексу України [1, ст. 259] (далі – ГК України) вид господарської діяльності має місце у разі об’єднання ресурсів (устаткування, технологічних засобів, сировини та матеріалів, робочої сили) та поєднання дій для створення виробництва певної продукції або надання послуг. Окремий вид діяльності може складатися з єдиного простого процесу або охоплювати ряд процесів, кожний з яких входить до відповідної категорії класифікації. У правовому регулюванні господарської діяльності та у здійсненні державного управління економікою мають враховуватися особливості здійснення суб’єктами господарювання окремих видів цієї діяльності. При цьому зазначається, що для віднесення суб’єкта господарювання до відповідної категорії обліку визначаються основні, другорядні та допоміжні види господарської діяльності.

Наведені нормативні положення приводять до логічного висновку про можливість виділення т.з. основних, другорядних та допоміжних видів господарської діяльності.

Звертаючись з цього приводу до огляду й аналізу інших положень чинного законодавства, не можна не помітити й інші згадки про допоміжні види господарської діяльності. Зокрема, у ст. 263 ГК України [1, ст. 263] серед іншого має місце згадка про допоміжну діяльність, що забезпечує господарсько-торговельну діяльність, а у ч. 5 ст. 333 ГК України [1, ст. 333] – про допоміжну діяльність у сфері фінансів та страхування.

Беручи за основу загальновідомий принцип: «дозволено все, що прямо не заборонено законом», подібним чином можна стверджувати і про інші сфери господарювання, не дивлячись на те, що про це відсутні вказівки у відповідних нормативно-правових актах. Відповідним чином, у сфері торговельної, фінансової, транспортної, будівельної, сільськогосподарської та інших основних видів господарської діяльності реалізується широке коло послуг, що пов'язані з торгівлею, фінансами, іншими об'єктами (предметами) окремих видів (сфер, галузей) діяльності, що забезпечують їх організацію та здійснення і відповідно – належне й ефективне функціонування та подальший розвиток.

Таким чином, можна висловити думку про можливість виділення т.з. допоміжної господарської діяльності чи допоміжних послуг, які, як правило, виникають та реалізуються за умови існування основних видів господарської діяльності й відповідно спрямовані на їх обслуговування.

У зв'язку із указаним прослідковується об'єктивна необхідність у дослідженні питання поняття та характеристики окремих видів допоміжної діяльності та допоміжних послуг, що можуть застосовуватися в основних галузях господарювання. Йдеться, зокрема, про маркетинг, мерчандайзинг, менеджмент, логістику, аудит, юридичні, консалтингові, консультативні, інформаційні, рекламні послуги тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню характеристики господарської діяльності та її видів присвячується достатня увага правових експертів. Однак, питання саме щодо допоміжної діяльності та її окремих видів потребує свого окремого дослідження.

Мета статті. Метою цієї роботи є з'ясування поняття, а також окреслення окремих найбільш універсальних видів допоміжної діяльності та допоміжних послуг, що можуть застосовуватися в основних галузях господарювання.

Виклад основного матеріалу. Відтак, у першу чергу слід указати, що, як свідчить практика, окремі із згадуваних вище видів допоміжної діяльності та допоміжних послуг, що можуть застосовуватися в основних галузях господарювання поступово диверсифікувалися від безпосередніх основних видів діяльності та суб'єктів їх (основних видів діяльності) здійснення. Відповідним чином, в сучасних умовах господарювання такі види допоміжної діяльності (допоміжних послуг) можуть здійснюватися як безпосередньо самими суб'єктами господарювання, які ведуть основні види діяльності (відповідні функції виконують штатні працівники таких суб'єктів господарювання), так і спеціалізованими суб'єктами господарювання, для яких надання відповідних допоміжних послуг є основним видом діяльності. В останньому випадку (при «залученні» послуг ззовні) надання таких послуг здійснюється, як правило, на основі договірних конструкцій, більшість з яких є непоіменованими згідно чинного законодавства, а тому, в такому випадку, при їх застосуванні слід дотримуватися загальних вимог законодавства, встановлених для зобов'язань та договорів, з урахуванням особливостей самих послуг, що надаються в рамках допоміжної діяльності.

В умовах об'єктивної потреби, залучення ззовні допоміжних послуг стало досить поширеною практикою, навіть більше того – стало свого роду поштовхом до розвитку цілісної сфери діяльності щодо надання таких послуг не лише в світі, а й в Україні, що, у свою чергу, забезпечує високоякісний рівень господарювання та максимально ефективну реалізацію поставлених суб'єктами господарювання цілей та завдань у своїй діяльності.

Відповідним чином, наразі функціонує багаточисельне коло суб'єктів господарювання, що ведуть допоміжну діяльність. Така тенденція «змушує» вести мову про розбудову нових непоіменованих законодавством сфер господарської діяльності (приміром, сфера юридичних та консалтингових послуг, сфера рекламних послуг, сфера маркетингу тощо), не дивлячись на відсутність їх чіткого нормативного окреслення й регулювання нормами законодавства України.

З огляду на зазначене, можна стверджувати, що розглядувані види діяльності та види послуг мають самостійний характер, а тому можуть розглядатися як основні види діяльності для суб'єктів господарювання, які їх здійснюють. У такому ж форматі (в якості основних) вони будуть визначатися і в цілях бухгалтерського обліку та фінансової, статистичної й інших видах звітності суб'єктів господарювання, що здійснюють відповідну діяльність. У той же час, допоміжними їх слід ідентифікувати лише з точки зору співвідношення та тісного взаємозв'язку з основними видами діяльності цих суб'єктів господарювання (у разі самостійного забезпечення суб'єктами господарювання себе такими послугами без залучення сторонніх організацій/у такому разі основні та допоміжні види діяльності/послуг збігаються в рамках діяльності єдиного суб'єкта господарювання) або ж інших суб'єктів господарювання, діяльність яких вони забезпечують (у випадку зовнішнього забезпечення суб'єктів господарювання такими послугами із залученням сторонніх організацій).

Окрему увагу також слід акцентувати на питанні розмежування допоміжної діяльності та господарської діяльності, що іменується другорядною. З цього приводу, а також з деяких інших міркувань доречно згадати про визначення зазначених та деяких інших понять у національному класифікаторі України ДК 009:2010 «Класифікація видів економічної діяльності» (КВЕД), що затверджений наказом Держспоживстандарту України від 11 жовтня 2010 року № 457 «Про затвердження та скасування національних класифікаторів» [2], а саме:

- економічна діяльність – це процес виробництва продукції (товарів і послуг), який здійснюють з використанням певних ресурсів: сировини, матеріалів, устаткування, робочої сили, технологічних процесів тощо. Економічну діяльність характеризують витрати на виробництво, процес виробництва та випуск продукції;
- основний вид економічної діяльності – це вид діяльності суб'єкта, на який припадає найбільший внесок у валову додану вартість (або інший визначений критерій);
- допоміжні види економічної діяльності – це види діяльності, які виконують переважно у сфері послуг, а їх результати використовує сам суб'єкт задля обслуговування

його основного та другорядних видів економічної діяльності (керування підприємством, бухгалтерський облік, транспортування, складування, закупівля, збут, ремонт, технічне обслуговування тощо);

– другорядні види економічної діяльності – це будь-які інші (крім основного) види економічної діяльності суб'єкта з виробництва товарів або надання послуг.

Доречно розглянути поняття окремих видів допоміжної діяльності та допоміжних послуг.

Діяльність з надання консалтингових послуг (англ. «consulting»; лат. «consulto» – радитися, консультуватися, вирішувати, приймати рішення) є одним із видів фінансово-юридичного консультування, що полягає у вирішенні широкого кола питань, що виникають у процесі організації та здійснення господарської діяльності суб'єктами господарювання, з метою кількісно-якісного покращення ефективності та результативності діяльності таких суб'єктів господарювання. Як приклад, окремими операціями, що здійснюються в рамках надання консалтингових послуг, можуть бути: вибір оптимально-ефективної організаційно-правової форми для здійснення того чи іншого виду діяльності, розробка конструктивних схем діяльності, бізнес-планування, розробка та впровадження маркетингових стратегій і тактик, розробка та впровадження ефективної реклами тощо.

Менеджмент (англ. «to manage» – управляти, керувати); лат. «manus» – рука), як один із видів допоміжної діяльності, полягає у вирішенні широкого кола питань, що пов'язані з управлінням суб'єктом господарювання. У своїй сутності послуги менеджменту зводяться, як правило, до забезпечення якісного та кількісного покращення ефективності й результативності діяльності суб'єктів господарювання (підвищення прибутковості діяльності, зменшення витратної складової діяльності тощо) за допомогою розробки та впровадження ефективних способів застосування ними кадрових ресурсів та конструювання у зв'язку з цим максимально доцільних систем управління.

Ведучи мову про менеджмент, слід окремо зазначити, що у процесі його розвитку досить популярними та з часом все більш застосовуваними на практиці стають конструкції аутсорсингу (англ. «outsourcing»: «out» – поза, зовнішній, сторонній; «source» – джерело) та аутстафінгу (англ. «outstaffing»: «out» – поза, зовнішній, сторонній; «staff» – штат), сутність яких полягає у:

- делегуванні окремих неосновних (непрофільних) функцій суб'єкта господарювання до іншого суб'єкта господарювання (аутсорсинг);

- застосуванні в діяльності суб'єкта господарювання позаштатних трудових ресурсів/персоналу (аутстафінг).

Принагідно зазначимо, що поняття аутсорсингу було закріплене на рівні деяких нормативно-правових актів для окремих сфер відносин, зокрема:

– згідно п. 1.1 розділу 1 «Методичних рекомендацій щодо проведення функціонального обстеження органів державної влади у 2012 році», затверджених наказом Національного агентства України з питань державної служби від 27 липня 2012 р. № 155 [3], аутсорсинг – це передача окремих державних функцій органу державної влади на виконання організації будь-якої форми власності при збереженні державного контролю за реалізацією переданих функцій;

– згідно положень Глосарію Методичних вказівок з інспектування банків «Система оцінки ризиків», схвалених Постановою Правління Національного банку України від 15 березня 2004 р. № 104 [4], аутсорсинг – це виконання певних функцій і робіт, які традиційно вважаються «внутрішніми» і виконуються штатними працівниками, шляхом залучення зовнішніх незалежних сторін на договірній основі.

Застосування аутсорсингу та аутстафінгу опосередковується, як правило, відповідними договірними конструкціями. У цьому контексті заслуговують на увагу окремі висловлені у правничих джерелах твердження. Зокрема, В.Г. Олюха, досліджуючи правову природу договорів аутсорсингу та аутстафінгу в контексті їх застосування для зниження трансакційних витрат будівельних підприємств і оптимізації на їх основі структури підприємства та чисельності працівників, наводить наступні визначення:

– договір аутсорсингу – господарська угода, відповідно до якої замовник, відмовляючись від використання своїх внутрішніх ресурсів (штатних працівників) для виконання функцій, бізнес-процесів, робіт, необхідних йому для здійснення своєї господарської діяльності, передає їх реалізацію на систематичній, оплатній основі зовнішньому виконавцеві (аутсорсеру), який здійснює підприємницьку діяльність у певній вузькопрофільній, спеціалізованій сфері;

– договір аутстафіngu – господарська угода, відповідно до якої виконавець надає у оперативне підпорядкування замовнику працівників, з якими перебуває у трудових відносинах, для подальшого використання замовником їх праці у своїй господарській діяльності нарівні з власними працівниками, а замовник зобов'язується прийняти зазначену послугу та оплатити її, організувавши запозичену працю з забезпеченням дотримання трудового законодавства [5, 28-29].

Мерчандайзинг (англ. «merchandise» – товар→торгувати), як один із видів допоміжної діяльності (допоміжних послуг), полягає у наданні послуг, пов'язаних із ефективним збутом (реалізацією) продукції шляхом розробки стратегій і тактик щодо її (продукції) розміщення в конкретних місцях збуту (на вітринах, стендах тощо) та подальшого нагляду за її кількісними (наявністю) та якісними (строки та умови придатності, зберігання тощо) властивостями, а також щодо наявності належної та достовірної інформації про відповідну продукцію та її характеристики (ціна тощо).

Логістичні послуги (грец. «logistike» – уміння/мистецтво здійснення розрахунків), як один із видів допоміжної діяльності (допоміжних послуг), в сучасних умовах відіграють досить важливу роль у господарських системах будь-якого рівня, а їх сутність полягає у забезпеченні максимального швидкого, ефективного, економічно раціонального (задоволення попиту споживачів з мінімальними витратами суб'єкта господарювання) та організованого обігу (руху, переміщення, перевезення) продукції. Надання логістичних послуг тісно взаємопов'язане з менеджментом, оскільки вимагає врахування низки факторів (етапів тощо) виробничого процесу (безпосереднє виробництво, зберігання, транспортування, збут тощо). Особлива актуальність логістичних послуг виявляється у сфері постачання та сфері транспортної діяльності.

Надання маркетингових послуг (англ. «market» – ринок) полягає у здійсненні діяльності (наданні послуг), що спрямована на досягнення максимально високих кількісних показників попиту та відповідно задоволення потреб споживачів. До маркетингових послуг належить досить широке коло операцій, як-от: заходи щодо дослідження ринків збуту та їх сегментів і кон'юнктури; заходи щодо дослідження попиту споживачів; заходи щодо дослідження цінової політики на ринку; розробка стратегій та тактик здійснення збуту продукції та ефективного впливу на попит і його подальше кількісне зростання; розробка та впровадження систем ефективної реклами; заходи щодо розміщення продукції в місцях її реалізації (на ринку); включення інформації про продукцію до різного роду інформаційних баз та систем тощо.

Досить вагомe місце серед розглядуваних видів допоміжної діяльності посідають також аудиторські, юридичні та рекламні послуги, у зв'язку з чим постає об'єктивна необхідність у здійсненні їх огляду.

У відповідності до ст. 362 ГК України [1, ст. 362] аудиторською діяльністю визнається діяльність громадян та організацій, предметом якої є здійснення аудиту, організаційне і методичне забезпечення аудиту та надання інших аудиторських послуг. Аудиторська діяльність регулюється ГК України, законом про аудиторську діяльність та іншими прийнятими відповідно до них нормативно-правовими актами. Звертаючись з цього приводу до аналізу положень ст. 3 Закону України «Про аудиторську діяльність» від 22 квітня 1993 р. № 3125-XII [6, ст. 3], зафіксуємо, що аудиторська діяльність – це підприємницька діяльність, яка включає в себе організаційне і методичне забезпечення аудиту, практичне виконання аудиторських перевірок (аудит) та надання інших аудиторських послуг. При цьому аудит визнається законодавцем як перевірка даних бухгалтерського обліку і показників фінансової

звітності суб'єкта господарювання з метою висловлення незалежної думки аудитора про її достовірність в усіх суттєвих аспектах та відповідність вимогам законів України, положень (стандартів) бухгалтерського обліку або інших правил (внутрішніх положень суб'єктів господарювання) згідно із вимогами користувачів.

Надання юридичних послуг, як виду допоміжної діяльності, полягає у здійсненні правового (юридичного) обслуговування діяльності суб'єкта господарювання та може передбачати досить широкий за своїм змістом спектр видів юридичних дій. Як приклад, можна вказати наступні види юридичних послуг (наведений перелік не є виключним): надання професійних роз'яснень та тлумачень (консультацій) з юридичних питань, що виникають у процесі організації та здійснення господарської діяльності; розробка для суб'єкта господарювання правових документів, у т. ч. шаблонних (договорів, внутрішніх (локальних) документів тощо); розробка претензійно-позовної документації та забезпечення ведення претензійно-позовної роботи в діяльності суб'єкта господарювання; представництво та захист прав і інтересів суб'єкта господарювання у відносинах з іншими (третіми) особами; розробка бізнес-планів, інших моделей (конструктивних схем) діяльності суб'єкта господарювання у відповідності до чинного законодавства тощо.

Надання юридичних послуг, як правило, конструється за допомогою договорів про надання юридичних (правових) послуг, договорів доручення, за допомогою конструювання відносин представництва тощо.

Ю.В. Журик, досліджуючи питання конкуренції, серед іншого справедливо вказав, що реклама – це «двигун торгівлі» [7, 24-25]. Погоджуючись із зазначеним тезисом, констатуємо, що без жодних сумнівів реклама відіграє концептуально важливе значення в діяльності суб'єктів господарювання будь-якої сфери економіки, адже справляє ключову роль на формування попиту споживачів та його (попиту) кількісно-якісних показників.

У ст. 1 Закону України «Про рекламу» від 03 липня 1996 р. № 270/96-ВР [8, ст. 1] законодавець дефініціює рекламу як інформацію про особу чи товар, розповсюджену в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначену сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких осіб чи товару. З огляду на змістовне наповнення наведеного легального визначення постає необхідність у з'ясуванні змісту категорії «інформація». Зокрема, відповідно до ст. 1 Закону України «Про інформацію» від 02 жовтня 1992 р. № 2657-ХІІ [9, ст. 1] інформація – це будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді. У ст. 200 Цивільного кодексу України [10, ст. 200] інформація розглядається як свого роду нематеріальне благо та визначається як документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що мали або мають місце у суспільстві, державі та навколишньому середовищі.

У відповідності до ст. 1 Угоди про співробітництво держав-учасниць СНД у сфері регулювання рекламної діяльності від 19 грудня 2003 р. [11] рекламна діяльність – це відносини з виробництва, розміщення та розповсюдження реклами. При цьому реклама визначається як розповсюджувана в будь-якій формі, за допомогою будь-яких засобів інформація про фізичну або юридичну особу, товари, ідеї чи починання, що призначена для невизначеного кола споживачів і покликана формувати або підтримувати інтерес до фізичної або юридичної особи, товарів, ідей чи починань і сприяти реалізації товарів, ідей та починань.

Висновки. Отже, нормативні положення ГК України та інших актів законодавства України приводять до логічного висновку про можливість виокремлення т.з. основних, другорядних та допоміжних видів господарської діяльності. Відповідним чином, можна висловити думку про можливість виділення т.з. допоміжної господарської діяльності чи допоміжних послуг, які, як правило, виникають та реалізуються за умови існування основних видів господарської діяльності й відповідно спрямовані їх обслуговування. Мова, зокрема, йдеться про маркетинг, мерчандайзинг, менеджмент, логістику, аудит, юридичні, консалтингові, консультативні, інформаційні, рекламні послуги тощо.

Список літератури

1. Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 18, № 19-20, № 21-22. – Ст. 144.
2. Баланс-Бюджет. – 2010. – № 44. – Ст. 10.
3. Про організацію проведення функціонального обстеження органів державної влади в 2012 році [Електронний ресурс]: Наказ Національного агентства України з питань державної служби від 27 липня 2012 р. № 155. – 2016. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FIN77185.html. – Дата доступу: 25.05.2016.
4. Методичні вказівки з інспектування банків «Система оцінки ризиків: [Електронний ресурс]: Постанова Правління Національного банку України від 15 березня 2004 р. № 104 – 2016. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/v0104500-04>. – Дата доступу: 25.05.2016.
5. В.Г. Олюха. Господарсько-правові засоби оптимізації капітального будівництва у сучасній Україні: автореф. дис... д-ра юрид. наук: 12.00.04 / Віталій Георгійович Олюха. – Одеса, 2015. – 36 с.
6. Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 23. – Ст. 243.
7. Журик Ю.В. Антимонопольно-конкурентне право України. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 272 с.
8. Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 39. – Ст. 181.
9. Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 48. – Ст. 650.
10. Відомості Верховної Ради України. – 2003. – №№ 40-44. – Ст. 356.
11. Угода про співробітництво держав-учасниць СНД у сфері регулювання рекламної діяльності / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/997_748. – Дата доступу: 25.05.2016.

Стаття надійшла 26.05. 2016 р.

О.Н. Онищенко, ассистент

Киевская государственная академия водного транспорта
имени гетмана Петра Конашевича-Сагайдачного
Кафедра хозяйственного и транспортного права
ул. Кирилловская, 9/3, Киев, 04071, Украина

ВСПОМОГАТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Резюме

В статье проводится анализ понятия и некоторых видов вспомогательной деятельности в сфере хозяйствования, как одной из классификационных видов хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: хозяйственная деятельность, вспомогательная деятельность, сфера хозяйствования.

O.N. Onyshchenko, Assistant

of Kyiv State Maritime Academy after Getman P. Konashevich- Sahaydachni
the Department of Commercial and Transport Law
Kirilovska Street, 9/3, Kiev, 04071, Ukraine

SUPPORT ACTIVITIES IN THE FIELD OF SPHERE OF MENAGE

Summary

The article analyzes the notion and some supporting activities in the field of menage as one of the types of commercial activities.

Key words: commercial activities, supporting activities, sphere of menage.