

Міністерство освіти і науки України
Донбаська державна машинобудівна академія (ДДМА)

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Конспект лекцій

Затверджено
на засіданні методичної ради
Протокол № 5 від 18.01.2024 р.

Краматорськ
ДДМА
2024

УДК 658(075.8)

Економіка підприємства : конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти / укл. : Є. О. Підгора, Т. П. Гітіс, С. В. Касьянюк. – Краматорськ–Тернопіль : ДДМА, 2024. – 565 с.

У пропонованому конспекті лекцій з дисципліни «Економіка підприємства» автори розглянули головні аспекти механізму господарювання підприємства, від його заснування, формування ресурсів та складання «портфелю» замовлень – до виробництва (витрат ресурсів) продукції (робіт, послуг), ціноутворення, фінансових результатів діяльності.

Навчальний посібник може бути використаним у вищому навчальному закладі як у традиційному навчальному процесі, так і для самостійного вивчення дисципліни. Для цього передбачені контрольні тести для кожного розділу посібника, приклади розрахунку задач різного рівня складності, запитання для контролю знань.

Укладачі:

Є. О. Підгора, доц.;
Т. П. Гітіс, доц.;
С. В. Касьянюк, доц.

Відповід. за випуск

Є.О.Підгора, доц..

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
1 МАТЕРІАЛИ АУДИТОРНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ.....	8
Тема 1. Основи підприємницької діяльності. Підприємство як суб'єкт господарювання. Виробнича й соціальна інфраструктури підприємства. Управління підприємством.....	8
Лекція 1. Основи підприємницької діяльності.....	8
Лекція 2. Підприємство як суб'єкт господарювання. Класифікація підприємств.....	18
Лекція 3. Порядок створення нового підприємства (господарського товариства). Класифікація об'єднань підприємств.....	28
Лекція 4. Виробнича структура підприємства. Управління підприємством. Організаційні структури управління підприємством.....	32
Тема 2. Виробництво продукції. Поняття і обґрунтування виробничої програми підприємства. Якість і конкурентоспроможність продукції. Прогнозування та планування діяльності підприємства.....	56
Лекція 5. Ринок продукції (послуг). Показники обсягу продукції (послуг).....	56
Тема 3. Основні засоби підприємства.....	74
Лекція 6. Сутність, класифікація і структура основних засобів. Оцінка основних засобів.....	74
Лекція 7. Знос основних засобів Амортизація основних засобів.....	80
Лекція 8. Ефективність використання основних засобів.....	92
Тема 4. Нематеріальні активи підприємства.....	122
Лекція 9. Нематеріальні активи підприємства.....	122
Тема 5. Оборотні засоби підприємства. Матеріально-технічне забезпечення й виробнича логістика.....	130
Лекція 10. Сутність, класифікація й структура оборотних засобів. Показники оборотності оборотних засобів. Шляхи прискорення оборотності оборотних засобів.....	130
Лекція 11. Нормування оборотних засобів підприємства.....	138
Тема 6. Техніко-технологічна база і виробнича потужність підприємства. Лізинг як форма оновлення технічної бази виробництва.....	163
Лекція 12. Техніко-технологічна база й виробнича потужність підприємства. Лізинг як форма оновлення технічної бази виробництва.....	163
Тема 7. Персонал підприємства. Продуктивність праці.....	172
Лекція 13. Персонал підприємства. Продуктивність праці.....	172

Тема 8. Оплата праці. Форми і системи оплати праці працівників. Фонд оплати праці.....	197
Лекція 14. Оплата праці.....	197
Лекція 15. Форми і системи оплати праці працівників. Фонд оплати праці.....	200
Тема 9. Витрати підприємства. Собівартість продукції. Класифікація витрат підприємства. Методи обліку і калькулювання собівартості продукції.....	221
Лекція 16. Витрати підприємства. Собівартість продукції.....	221
Лекція 17. Класифікація витрат підприємства. Показники оцінки витратомісткості виробництва.....	226
Лекція 18. Методи обліку та калькулювання собівартості продукції. Напрями зниження собівартості продукції.....	228
Тема 10. Ціна і ціноутворення на підприємстві.....	247
Лекція 19. Ціна на продукцію (послуги): сутнісна характеристика і класифікація.....	247
Лекція 20. Методи встановлення ціни на продукцію підприємства.....	251
Тема 11. Фінансово–економічні результати діяльності підприємства.....	259
Лекція 21. Поняття і види прибутку підприємства.....	259
Лекція 22. Поняття рентабельності діяльності підприємства, класифікація видів рентабельності.....	266
Лекція 23. Поняття фінансово-економічного стану підприємства.....	269
Тема 12. Інвестиційні ресурси підприємства. Інноваційна діяльність підприємства. Ефективність діяльності підприємства.....	282
Лекція 24. Інвестиційні ресурси підприємства: сутність, класифікація інвестицій, поняття капітальних вкладень. Реальні інвестиції.....	282
Лекція 25. Інвестиційні ресурси підприємства: фінансові інвестиції.....	296
Лекція 26. Інноваційні процеси та інноваційна діяльність підприємства.....	311
Лекція 27. Ефективність діяльності підприємства.....	321
Тема 13. Сучасні моделі розвитку підприємств. Бізнес-процеси підприємства. Трансформація і реструктуризація підприємств. Економічна безпека підприємства. Антикризова діяльність підприємства.....	332
Лекція 28. Сучасні моделі розвитку підприємств. Бізнес- процеси підприємства.....	332
Лекція 29. Трансформація и реструктуризація підприємств... Лекція 30. Економічна безпека діяльності підприємства. Антикризова діяльність підприємства.....	363
	385

2 САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ.....	408
1 Мале підприємництво в ринковій економіці.....	408
2 Підприємець як визначальна особистість в бізнесі.....	412
3 Правові засади функціонування підприємств.....	414
4 Організаційно-правові форми підприємств.....	418
5 Функціональні моделі підприємств.....	428
6 Еволюція теорій економіки підприємства.....	429
7 Господарське середовище підприємства. Макросередовище підприємства. Мікросередовище підприємства.....	434
8 Принципи організації виробничого процесу: спеціалізація, пропорційність, паралельність, прямоточність, безперервність, ритмічність, автоматичність, гнучкість, гомеостатичність.....	439
9 Типи організації виробництва.....	441
10 Комплексна підготовка виробництва.....	444
11 Відтворення і розвиток виробничих та інфраструктурних об'єктів підприємства. Вивчення капітального будівництва як процес створення нових, реконструкції, розширення та технічного переозброєння діючих об'єктів виробничої і соціальної інфраструктури.....	446
12 Ринок: сутність, функції, форми і структура.....	448
13 Поняття маркетингу, його концепції та різновиди.....	452
14 Система маркетингу та маркетингова діяльність підприємства.....	459
15 Товарна політика підприємства: сутність та складові.....	463
16 Життєвий цикл товару.....	465
17 Формування та управління асортиментом товарів.....	466
18 Бренд: поняття, технологія створення та розвитку.....	468
19 Інструменти створення іміджу товару на ринку.....	471
20 Якість і конкурентоспроможність продукції.....	472
21 Прогнозування та планування розвитку підприємства.....	482
22 Знос основних засобів і форми його усунення.....	498
23 Напрями підвищення ефективності використання основних засобів.....	502
24 Поняття інтелектуальної власності.....	504
25 Логістичний підхід в управлінні ресурсами.....	514
26 Матеріальний потік і його різновиди.....	518
27 Матеріально-технічне забезпечення виробництва.....	522
28 Сучасні системи управління матеріальними потоками.....	525
29 Характеристика розвитку техніко–технологічної бази.....	533
30 Фактори росту продуктивності праці.....	536
31 Кадрова політика та система управління персоналом.....	540
32 Мотивація трудової діяльності.....	543
33 Державна політика оплати праці.....	545
34 Система управління витратами.....	546

35	Загальна характеристика фінансової діяльності підприємства (організації).....	548
36	Оцінювання ефективності інвестицій на основі концепції управління вартістю (VBM).....	552
37	Особливості портфельного інвестування на підприємстві.	556
38	Державне регулювання інноваційної діяльності підприємства.....	560
	СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	564

ВСТУП

Основною метою функціонування сучасного підприємства є отримання максимального прибутку від вкладених в підприємництво інтелектуальних, фінансових, трудових та матеріальних ресурсів. Досягнення цієї мети приносить користь суспільству та державі у цілому.

Економіка підприємства – це наука про ефективність виробництва, шляхи і методи досягнення підприємством найкращих результатів при найменших витратах.

Слово «економіка» (від грец. «oikos» – будинок, господарство і «nomos» – правило, закон) має в українській подвійну змістову навантаження. По-перше, воно означає систему господарювання, по-друге, мається на увазі наука, яка вивчає закономірності функціонування системи господарювання. В англійській мові вживають два різних поняття: «economy» – система господарювання, «economics» – наука.

Разом з тим слово «економія» (від грец. «oikonomis» – управління домашнім господарством) також має два значення: перше означає науку, яка вивчає систему соціально-економічних відносин; друге – економне, бережливе, раціональне господарство. Тому це поняття часто трактується як мистецтво ведення господарства. Останнє необхідно для забезпечення суспільства життєво необхідними продуктами і послугами виробничо-технічного та споживчого призначення [5].

Економіка є найважливішою сферою суспільних відносин і розглядається в декількох значеннях:

- по-перше, як сукупність відносин, що визначаються характером власності на засоби виробництва;
- по-друге, як господарство окремого району, країни;
- по-третє, як наукова дисципліна, що займається вивченням народного господарства, його галузей, окремих підприємств, а також окремих елементів виробництва.

У першому значенні – економіка виступає об'єктом вивчення політекономії, в другому – вивчення територіального розміщення продуктивних сил, третє значення – це економіка окремо взятого підприємства.

Економіка підприємства – це наука про ефективність виробництва, шляхи і методи досягнення підприємством найкращих результатів при найменших витратах.

Об'єктом дисципліни «Економіки підприємства» є підприємство.

Предметом дисципліни «Економіка підприємства» є виробничо-господарські, організаційно-економічні та соціальні відносини, які складаються на підприємстві в процесі його функціонування. Предмет економіки підприємств включає: 1) теорію і практику господарювання на рівні підприємства, компанії, організації; 2) конкретні форми і методи господарювання, принципи формування і використання виробничого,

трудового, ринкового, ресурсного потенціалів; 3) взаємодія та оптимальне поєднання всіх видів ресурсів; 4) організацію та ефективність господарсько-комерційної діяльності та ін.

Економіка підприємства займається економічними питаннями на підприємствах з урахуванням їх взаємозв'язків з іншими суб'єктами господарювання; суміжними сферами діяльності.

Наука «Економіка підприємства» має конкретну прикладну спрямованість і ґрунтується на дослідженні індивідуальних і громадських, просторових і часових, соціальних і технічних проблем виготовлення товарів, виконання робіт або надання послуг.

1 МАТЕРІАЛИ АУДИТОРНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Тема 1. Основи підприємницької діяльності. Підприємство як суб'єкт господарювання. Виробнича й соціальна інфраструктури підприємства. Управління підприємством (лекційні заняття – 8 годин).

Лекція 1. Основи підприємницької діяльності

План лекції

- 1 Підприємництво: основні поняття
 - 2 Принципи здійснення, форми і моделі підприємницької діяльності
 - 3 Види підприємницької діяльності
- Завдання на самостійну роботу студента
- 1 Мале підприємництво в ринковій економіці
 - 2 Підприємець як визначальна особистість в бізнесі

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник/* за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ, 2009. 816 с.
2. *Економіка підприємства : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти /* Н. Ю. Рекова, Є. О. Підгора, В. В.Ровенська, В. С. Рижиков, О. В. Латишева, І. Ю. Єрфорт, Т. П. Гітис, І. І. Смирнова, С. В. Касьянюк. Краматорськ : ДДМА, 2021. 248 с. URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20\(2\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20(2).pdf).

1 Підприємництво: основні поняття

Будь-яка праця, в процесі якої люди виготовляють необхідні для життя продукти та предмети (матеріальні блага), перевозять і продають їх, прийнято називати виробничо-господарської та комерційної діяльністю, а підприємства (організації, фірми), на (в) яких відбувається така діяльність, є суб'єктами господарювання (підприємницької діяльності).

Підприємництво – це стратегічний фактор, внутрішнє джерело стійкого економічного розвитку і матеріального забезпечення добробуту населення країни [5].

Вчені-економісти минулого виокремлюють три фактори виробництва. Сучасна наука трактує підприємництво як четвертий *специфічний фактор суспільного відтворення* поряд із землею, працею і капіталом, сутність якого полягає в їх найефективнішому комбінуванні цих трьох чинників з метою задоволення потреб споживача способами, які ще не використовувалися іншими підприємцями-конкурентами. Саме це дає можливість підприємцю отримувати прибуток не взагалі, а надприбуток, тобто підприємницький дохід, що є результатом реалізації особливих здібностей підприємця до раціонального поєднання факторів виробництва на інноваційній та ризикованій основі.

Згідно Закону України «Про підприємництво» **підприємництво** – це безпосередньо самостійна, систематична, на власний ризик діяльність з виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності в порядку, встановленому законодавством.

Підприємництво – це особливий вид діяльності, який базується на наступних **ознаках** [5]:

- свобода вибору підприємцем напрямків і методів діяльності, самостійність у прийнятті рішень;

- інноваційний характер діяльності;

- постійна присутність в діяльності фактору ризику;

- орієнтація на досягнення комерційного успіху.

Підприємництво – це не тільки особливий вид діяльності, а й певні стиль і тип господарської поведінки, для яких є характерними [5]:

- ініціативність і пошук нетрадиційних рішень у сфері бізнесу;

- готовність наражатися на власний ризик;

- гнучкість і постійне самооновлення;

- цілеспрямованість і наполегливість у своїй діяльності.

Для підприємництва характерною є активна творча поведінка підприємця, що реалізується в інноваційній діяльності в умовах певного ризику і з метою одержання особистої вигоди (прибутку і морального задоволення). Економіст і соціолог Й. Шумпетер охарактеризував процес

підприємництва такими словами: «створювати нові товари або виготовляти існуючі товари новими (інноваційними) способами».

Підприємництво є активним елементом бізнесу, воно не можливо без свободи господарської діяльності, яка включає **три основні складові** – економічну самостійність, економічне й правову рівноправність і економічну відповідальність [5].

1. Економічна самостійність. Її забезпечує форма власності. Вона полягає в наявності у товаровиробника права юридичної особи, самоуправлінні трудового колективу, самостійному виборі форми власності, форми господарювання, плануванні своєї діяльності, розпорядженні своїм майном, розподілі та використанні чистого прибутку, встановленні форм і систем, а також розмірів оплати праці, використанні кредитів, веденні зовнішньоекономічної діяльності тощо.

2. Економічна і правова рівноправність. Ідеться про однакові економічні умови для будь-якої господарської діяльності, незалежно від форми власності й моделі господарювання. Під однаковими економічними умовами розуміються єдині засади ціноутворення, оподаткування, інвестиційної та кредитної політики тощо.

3. Економічна відповідальність. Мається на увазі відповідальність за результати господарювання: продукцію й послуги, які надходять на ринок, і чистий прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства. Невиконання договірних зобов'язань у строки і за показниками якості повинні бути пов'язано із вжиттям штрафних санкцій, які включають поряд з прямими збитками ще й втрачену вигоду.

Слід розрізняти поняття «підприємництво» і «бізнес» (від англ. «business» – справа, заняття) – це будь-яка господарська діяльність в умовах ринкової економіки, що приносить прибуток (дохід) власнику. Це не обов'язково повинна бути ризикова та інноваційна діяльність на засадах певної економічної відповідальності.

2 Принципи здійснення, форми і моделі підприємницької діяльності

За сучасних умов господарювання ринкову економіку визначають як економіку вільного підприємництва.

Підприємництво здійснюється на основі науково обґрунтованих принципах.

Принципи підприємництва – це вихідні положення і норми організації підприємницької діяльності. До них відносяться [5]:

- вільний вибір підприємцем видів підприємницької діяльності;
- самостійне формування підприємцем програми діяльності, вибору постачальників і споживачів продукції, що виготовляється, залучення матеріально-технічних, фінансових та інших видів ресурсів, використання

яких не обмежено законодавством, встановлення цін на продукцію та послуги відповідно до закону;

- вільне наймання підприємцем персоналу;
- комерційний розрахунок і власний підприємницький ризик;
- вільне розпорядження прибутком, що залишається в розпорядженні підприємця після сплати податків, зборів та інших платежів, передбачених законом;

- самостійне здійснення підприємцем зовнішньоекономічної діяльності, використання ним належної йому частки валютної виручки на свій розсуд.

- принцип соціального партнерства. Поряд з чисто економічними функціями з виробництва продукції і отримання завдяки цьому максимального прибутку, підприємство зобов'язане постійно займатися питаннями соціального розвитку не тільки свого трудового колективу, а й місцевого населення.

Підприємницька діяльність може здійснюватися в **двох формах**:

- індивідуальна форма;
- колективна форма.

Індивідуальна форма означає здійснення підприємництва громадянами, фізичними особами, вільними у встановленні своїх прав і обов'язків на основі договору (угоди). В індивідуальній формі підприємництва в одній особі поєднуються власник і підприємець.

Колективна форма передбачає обмеження та процедури, які окреслені жорсткіше з участю держави. У таких випадках підприємницька діяльність здійснюється на основі і в межах тих завдань і повноважень, котрі відбиті у засновницьких документах і статутах підприємств (організацій) різних форм власності [5].

У зарубіжній теорії і практики виділяють також *корпоративне і внутрішньофірмове підприємництво*. Поняття корпоративного підприємництва виникло в другій половині ХХ століття, коли до менеджерів великих компаній почали висувати вимоги застосування нового підходу до управління, в основі якого лежить підприємницький тип господарської поведінки – «корпоративне підприємництво». На відміну від індивідуального корпоративне підприємництво має такі специфічні ознаки: по-перше, великі розміри бізнесу вимагають глибших знань у сфері менеджменту, маркетингу, обліку, фінансів тощо, по-друге, крупні масштаби викликають необхідність найму управлінського персоналу, що в цілому значно обмежує самостійність корпоративного підприємця [5].

Підприємництво може також успішно здійснюватися і всередині великих корпорацій. У 80–і роки на Заході набула розвиток концепція інтрапренерства як специфічного внутрішньофірмового підприємництва, яке може здійснюватися в наступних формах:

- інтрапренерів у великих компаніях виокремлюють неформально, але надають їм додаткові повноваження і підтримку з боку вищого керівництва;

– спеціально призначають менеджерів із наскрізними інноваційними функціями та широкими повноваженнями;

– створюють різні внутрішньокорпоративні венчурні підрозділи.

В цілому всі форми інтрапренерства ґрунтуються на наступних принципах: заохочення і підтримка нових ідей; визнання факту великої ймовірності помилок у діяльності інтрапренерів; орієнтація на успіх у довгостроковому періоді; забезпечення необхідними ресурсами, використання яких не гарантує віддачі в короткостроковій перспективі; добровільну участь в інноваційному проєкті; підтримка з боку вищого керівництва фірми [5].

Ідея інтрапренерства має свої переваги в порівнянні з індивідуальним підприємництвом, такі як: наявність у великих компаній потужної технологічної, дослідницької та лабораторної бази; можливість отримання кваліфікованої допомоги з боку маркетингових підрозділів компанії; фінансова підтримка вищого керівництва; можливість використання інформаційних ресурсів і комп'ютерних систем компанії.

Традиційно вважається, що існує **дві моделі підприємництва: класична та інноваційна**. Але на практиці можливо їх об'єднання.

Класична (традиційна) модель підприємництва орієнтується на ефективне використання наявних ресурсів підприємства. Схема підприємницьких дій в такій моделі досить проста і чітка: оцінювання наявних ресурсів; визначення можливостей досягнення поставленої мети; використання такої можливості, яка зможе забезпечити максимальну віддачу від наявних ресурсів.

Інноваційна модель підприємництва передбачає активне використання будь-яких (в рамках законодавчої бази) і насамперед нових управлінських рішень для підприємницької діяльності, особливо при обмеженому обсязі ресурсів. Схема дій за цією моделлю наступна: формування головної мети; виявлення зовнішнього середовища з метою пошуку альтернативних можливостей; порівняльна оцінка власних ресурсів і знайдених можливостей; пошук зовнішніх додаткових джерел ресурсів; аналіз можливостей конкурентів; реалізація завдань відповідно до обраної концепції.

3 Види підприємницької діяльності

В Україні правове забезпечення підприємницької діяльності гарантується насамперед Законом України «Про підприємство».

Підприємницька діяльність дуже різноманітна. Оскільки будь-який бізнес у тому чи іншому ступені пов'язані з основними фазами відтворювального циклу – виробництвом продукції та послуг, обміном і розподілом товарів, їх споживанням – можна виділити наступні види підприємницької діяльності:

- виробнича;
- комерційна;
- фінансова;
- консультативна.

Види підприємницької діяльності наведені на рис. 1.

Всі ці види можуть функціонувати окремо або в комбінації.

Будучи відносно самостійними, види підприємницької діяльності взаємно переплітаються, доповнюють один одного. При цьому пріоритет необхідно віддати виробничому підприємству, що визначає усі види підприємницької діяльності та є найбільш складним.

Виробниче підприємництво є провідним видом господарської діяльності. Зміст його полягає у виробництві продукції, виконанні робіт і наданні послуг.

До *виробничого підприємництва* відносяться наступні види діяльності: інноваційна; науково–технічна; виробництво товарів; надання послуг; виробниче споживання товарів; виробниче споживання послуг; інформаційна діяльність.

Будь-який підприємець, який бажає зайнятися виробничою діяльністю, насамперед повинен визначити, які конкретно товари, види послуг він буде виробляти. Далі підприємець виконує маркетингові дослідження, спрямовані на виявлення попиту на товари. Він вступає в контакти з потенційними споживачами, покупцями товарів, з оптовими чи оптово-роздрібними торговельними організаціями. Формальним завершенням переговорів може бути контракт, укладений між підприємцем і майбутніми покупцями товару. Такий контракт дозволяє мінімізувати підприємницький ризик. Іноді підприємець починає виробничу діяльність з випуску товару, маючи лише усну домовленість.

В умовах розвинутих ринкових відносин, усна домовленість, як правило, є надійною гарантією й у наступному, при необхідності, може бути оформлена у виді контракту, угоди. Значно складніше становище в нашій країні, коли надійність усної домовленості дуже невелика, а ризик значно вищий.

До *комерційного підприємництва* відносять: торговельну діяльність; торгово–закупівельну; торгово–посередницьку; діяльність товарних бірж.

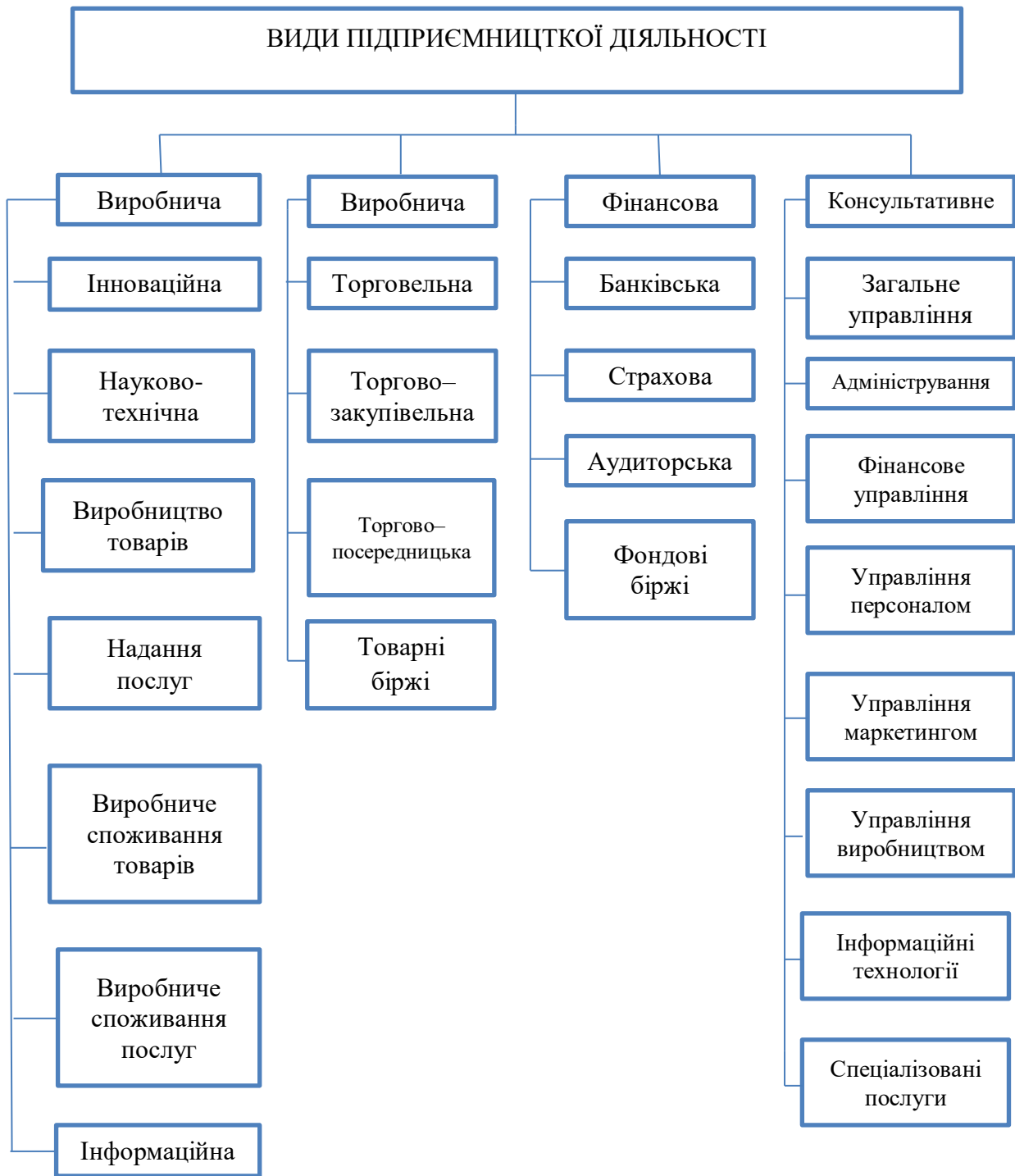


Рисунок 1 – Види підприємницької діяльності

В Україні досить поширеним є **комерційне підприємництво**. Воно характеризується операціями й угодами з купівлі та продажу товарів. Тут швидше можна одержати віддачу. Ця сфера продовжує розвиватися головним чином, як частка індивідуального підприємництва. Сюди направляють свої зусилля багато енергійних, ініціативних людей. Слід зазначити, що виробнича діяльність забезпечує, як правило, 10-12% рентабельності підприємства, комерційна – 20-30%, а часом й більше. Полем діяльності комерційного підприємництва служать товарні біржі та торговельні організації.

Торговельно-закупівельна діяльність в економічно розвинутих державах здійснюється за допомогою товарних бірж, які є різновидом оптового товарного ринку. Мета такої біржі – створити механізм керування вільною конкуренцією і з її допомогою з урахуванням зміни попиту та пропозиції виявити реальні ринкові ціни. Товарна біржа – найбільш розвинута форма регулярно функціонуючого оптового ринку масових замінників товарів (зерно, вугілля, метал, нафта, ліс і т.п.), що продаються за стандартами. Подібні біржі багато років діють у всіх економічно розвинутих країнах.

До *фінансового підприємництва* відносять: діяльність банків, страхових компаній, аудиторських фірм, лізингових компаній, діяльність фондових бірж. **Фінансове підприємництво** є особливим видом підприємницької діяльності. Воно складається з банківської, кредитної, страхової, аудиторської та інших видів діяльності. Фінансова діяльність припускає не таку високу норму рентабельності, як попередні види.

Основними суб'єктами діяльності фінансового підприємництва є банки, фондові біржі, страхові, аудиторські, лізингові та інші компанії. Банки можуть бути універсальними та спеціалізованими. Розглянемо декілька видів спеціалізованих банків.

Іпотечні банки – це кредитні установи, які видають довгострокові грошові позички під заставу нерухомого майна. **Інноваційні** – це банки, які утворюються на комерційній основі, щоб сприяти винахідництву та широкому застосуванню науково-технічних розробок (інновацій). **Інвестиційні** – це банки, які займаються фінансуванням довгострокових вкладень.

Фінансова підприємницька діяльність пов'язана з продажем–купівлею цінних паперів здійснюється за допомогою фондових бірж.

Під **фондовою біржою** розуміється організаційно оформлений, регулярно функціонуючий ринок цінних паперів, що сприяє підвищенню мобільності капіталу та виявленню реальної вартості активів. Принцип функціонування фондової біржі базується на оперативному регулюванні та пропозиції. На фондовій біржі проводиться так зване котирування цінних паперів. Воно складається з регулярної оцінки фахівцями котирувального відділу біржі курсів покупців і курсів продавців зі всіма цінними паперами, що проходять через біржу. При цьому поточні курси постійно демонструються на світловому табло й регулярно публікуються в

спеціальних бюлетенях. Поточні курси показують, за якою ціною в даний момент на даній біржі можна купувати визначені акції. Дані ціни, перелічені за спеціальною формулою, є основою для одержання індексів біржової активності – своєрідних барометрів економічної кон'юнктури.

Страхова діяльність здійснюється спеціалізованими підприємствами (фірмами, компаніями), які надають фінансові послуги за страхування життя, здоров'я, грошей, майна, та ін.

Аудиторська діяльність передбачає здійснення спеціалізованими фірмами незалежних перевірок фінансової діяльності підприємств на договірних засадах з цими підприємствами.

В останні роки усе більший розвиток в Україні одержує така перспективна форма, як **консультативне підприємництво**. Воно має безліч напрямків і, порівнюючи рівень його розвитку в нашій країні з іншими розвинутими країнами, можна зробити висновок, що в найближчі роки консалтинг має стрімко розвиватися. До *консультативного підприємництва* відносять: діяльність з загального управління; адміністрування; фінансового управління; управління персоналом; управління маркетингом; управління виробництвом; інформаційні технології; спеціалізовані послуги.

Важливою формою підприємницької діяльності є **франчайзинг**, який у широкому розумінні цього терміну означає надання права на виробництво та (або) збут продукції (надання послуг), а також практичної допомоги в справі організації бізнесу. Франчайзинг як особлива форма господарювання полягає в тому, що незалежна фірма (франчайзодавець), яка виробляє продукцію (надає послуги), передає право використовувати свій товарний знак іншому підприємству (франчайзоотримувачу) в обмін на зобов'язання виготовляти або продавати продукцію цієї незалежної фірми (надавати такі самі послуги). За право господарювати від імені та під торговельною маркою франчайзодавця франчайзоотримувач виплачує певний відсоток від свого доходу як матеріальну (грошову) винагороду.

Обираючи вид підприємницької діяльності, люди керуються своїми здібностями, знаннями, досвідом або можливостями придбати такий досвід.

Виробниче підприємництво є найбільш важливим видом підприємницької діяльності, спрямованим на виробництво товарів, продуктів, надання послуг і виконання робіт.

Основою *комерційного підприємництва* виступають товарно-грошові, торговельно-обмінні операції. Такі операції здійснюються у вигляді купівлі-продажу товарів і послуг. Представниками комерційного підприємництва виступають торговельні організації і товарні біржі, що продають предмети споживання та засоби виробництва.

Особливим видом підприємницької діяльності виступає *фінансове (фінансово-кредитне) підприємництво*, оскільки, з одного боку, воно відноситься до комерційної діяльності, а з іншого – до надання безпосередніх послуг. Основна його відмінність полягає в тому, що

об'єктом купівлі–продажу тут виступає специфічний товар – гроші, валюта, цінні папери. Сфера його діяльності – обіг, обмін коштовностей. Агентами фінансового бізнесу виступають комерційні банки, інвестиційні компанії та інвестиційні фонди, фондові біржі, страхові фірми. Фінансова діяльність проникає і в виробничу, і в комерційну діяльність, однак вона може бути і самотійної: банківська, страхова справа тощо [5].

В останні роки все більшого розвитку набуває *консультативне (консалтингове) підприємництво*, яке має багато напрямків. Хоча консалтингові послуги можуть здійснюватися у формі разових консультацій. Найчастіше вони мають вигляд консалтингових проєктів і цей процес має такі основні етапи:

- виявлення проблеми (діагностика);
- розробка варіантів рішень, проєктів;
- здійснення рішень, проєктів.

Методи консультування можуть бути різними. Найбільш використовувані – це експертне, процесне і навчальне консультування.

Експертне консультування – найпасивніша форма консалтингу. Консультант самотійно здійснює діагностику, розроблення рішень і рекомендацій для впровадження. Клієнт у такому разі лише забезпечує консультанта необхідною інформацією.

При *процесному консультуванні* фахівці консалтингової фірми на всіх етапах розробки проєкту активно взаємодіють з клієнтом, мотивуючи його висловлювати свої ідеї, пропозиції; консультанти разом з клієнтом аналізують проблеми і розробляють відповідні пропозиції.

При *навчальному консультуванні* головним завданням фахівця стає підготовка основи для виникнення ідей та розроблення рішень. З цією метою вони читають у клієнта лекції, проводять семінари, розробляють для нього навчальні посібники, надаючи у такий спосіб всю необхідну теоретичну і практичну інформацію.

На практиці найчастіше при консультуванні фірм використовується комбінація з цих методів.

Особливістю консультативного підприємництва є те, що у фірми, яка займається цим видом підприємництва, немає можливості показати «зразок свого товару», «зразок своєї послуги». У зв'язку з цим у таких фірм гостро стоїть проблема залучення клієнтів.

Таким чином, вид підприємницької діяльності визначається тим місцем, яке вона посідає в процесі задоволення споживчого інтересу. На практиці відносно самотійні види бізнесу можуть переплітатися, доповнювати один одного. При цьому перевагу віддають все ж таки виробничому бізнесу, який визначає всі види підприємницької діяльності і є найскладнішим [5].

Лекція 2. Підприємство як суб'єкт господарювання. Класифікація підприємств

План лекції

1 Підприємство як суб'єкт господарювання. Місія та цілі підприємства. Напрямки діяльності підприємства

2 Класифікація підприємств

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник/* за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ,2009. 816 с.

2. *Економіка підприємства : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти /* Н. Ю. Рекова, Є. О. Підгора, В. В.Ровенська, В. С. Рижиков, О. В. Латишева, І. Ю. Єрфорт, Т. П. Гітис, І. І. Смирнова, С. В. Касьянюк. Краматорськ : ДДМА, 2021. 248 с. URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20\(2\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20(2).pdf).

1 Підприємство як суб'єкт господарювання. Місія та цілі підприємства. Напрямки діяльності підприємства

Підприємство – це організаційно відокремлена та економічно самостійна основна (первинна) ланка виробничої сфери національної економіки, що виготовляє продукцію (виконує роботи, надає послуги).

Відповідно до Господарського кодексу України **підприємство** – це самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади (державне підприємство), органом місцевого самоврядування (комунальне підприємство) або іншими суб'єктами (приватне підприємство, господарське товариство) для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому законодавством України, зокрема Господарським кодексом України [5].

Під **господарською діяльністю** прийнято розуміти діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямовану на виробництво і реалізацію продукції, виконання робіт або надання послуг вартісного характеру, що мають ціновий вираз.

Некомерційне господарювання – це самостійна систематична господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання, спрямована на досягнення економічних, соціальних та інших результатів і не ставить собі за мету отримання прибутку.

Суб'єктами господарювання визначаються учасники господарських відносин, які здійснюють господарську діяльність,

реалізуючи господарську компетенцію (сукупність господарських обов'язків та прав), мають відокремлене майно і несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями в межах цього майна, крім випадків, передбачених законодавством.

Суб'єктами господарювання є:

– господарські організації – юридичні особи (державні, комунальні та інші підприємства), створені відповідно до Цивільного кодексу України, а також інші юридичні особи, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані в установленому законом порядку;

– громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані відповідно до закону як підприємці;

– філії, представництва, інші відокремлені підрозділи господарських організацій (структурні одиниці), утворені ними для здійснення господарської діяльності.

Підприємство завжди є юридичною особою, має економічну самостійність, замкнуту організаційну структуру, здійснює свою діяльність з метою отримання прибутку, виступає первинною ланкою економіки.

Підприємство має самостійний баланс, розрахункові (поточні) та інші рахунки в банках, печатку із своїм найменуванням, а також товарний знак (марку) для своєї продукції.

Підприємство не має у своєму складі інших юридичних осіб.

Підприємству притаманні такі **ознаки**:

1. Наявність циклу виробництва продукції, надання послуг.
2. Володіння правом юридичної особи.
3. Наявність трудового колективу.
4. Самостійне ведення виробничо-господарської діяльності.
5. Використання у виробничій діяльності основних і оборотних засобів.
6. Виробничо-технічна єдність підприємства – єдність всіх структурних підрозділів у виготовленні продукції.
7. Організаційна єдність підприємства – наявність постійного трудового колективу, апарату управління, інформаційної бази.
8. Економічна єдність – єдність методів господарювання, систем бухгалтерського обліку, звітності, оцінки діяльності структурних підрозділів.

Для ефективного господарювання підприємству необхідно визначити місію (головну мету) і сукупність цілей, які воно повинно досягти в процесі свого функціонування, а також напрямки діяльності, за рахунок яких досягається місія і цілі.

Місія – це генеральна (головна) мета діяльності підприємства, яка є причиною його існування.

Як правило, місія сучасного підприємства полягає в здійсненні господарської діяльності для задоволення потреб ринку і отримання внаслідок цього прибутку.

Місія завжди націлена на споживача.

Місія сприяє об'єднанню зусиль персоналу навколо загальнокорпоративних цінностей, доведення цільових орієнтирів бізнесу до споживачів і контрагентів, створює імідж і громадську думку про підприємство [5].

Наприклад, відома датська компанія «Lego» формулює свою місію так: «Ми тут для того, щоб турбуватися про дитину, яка є в кожному з нас». Тобто місія компанії полягає не у виробництві іграшок, яке здійснюється безліччю інших підприємств, а в тому, що вона плекає дитину в кожному споживачеві свого товару. Саме це відрізняє компанію «Lego» на ринку. Бачимо, що місія не зводиться до кількісних завдань, а відображає внутрикorporативну культуру ведення бізнесу і бажане підприємством сприйняття його діяльності громадськістю [5].

Цілі діяльності підприємства встановлюються виходячи з його місії. **Цілі підприємств** – це однозначно сформульовані завдання, представлені, як правило, у вигляді переліку показників, які завжди конкретні й вимірні і повинні бути досяжними через певний проміжок часу.

Цілями підприємств можуть бути:

1. Максимізація прибутку.
2. Зростання конкурентоспроможності підприємства.
3. Підтримка ділового іміджу підприємства.
4. Максимізація якості продукції.
5. Завоювання частки ринку.
6. Забезпечення ліквідності підприємства. (Ліквідність – це здатність підприємства погасити свої борги за рахунок грошових коштів, дебіторської заборгованості та оборотних засобів).

Можна виділити стратегічні групи цілей підприємств:

– матеріальні, якими користуються, перш за все, менеджери (обсяг і номенклатура продукції, чисельність працівників, продуктивність обладнання, площа виробничих будівель тощо);

– вартісні, необхідні, перш за все, власникам підприємств (прибутковість, ефективність, частка ринку, дивіденди, вартість акцій та ін.);

– соціальні, які відповідають суспільним очікуванням (умови праці, охорона навколишнього середовища, корпоративні цінності та ін.)

Визначальними є соціальні цілі. Вони відносно місії знаходяться поза підприємством і спрямовані до зовнішнього середовища – лише досягаючи їх так, як цього вимагає громадськість, підприємство може реалізувати свої матеріальні і економічні цілі. У сучасних умовах вимоги громадськості до бізнесу наступні: соціальна відповідальність, справедливе ставлення до працівників; висока якість продукції при помірних цінах; відповідність продукції стандартам; неприпустимість тестування продуктів на тварин; захист прав людини; забезпечення економічної стабільності; зменшення розриву між багатими і бідними; вирішення соціальних проблем та ін.).

Виконуючи завдання, засновані на місії і цілях, підприємство виконує дуже багато різних видів діяльності, які за ознакою подібності можна об'єднати в окремі головні напрямки.

Основні напрями діяльності підприємства [5].

1. Маркетингова діяльність – дослідження ринку товарів, виділення цільових груп споживачів, вивчення їх потреб, розробка рекламних заходів, формування цінової політики, комерційна діяльність.

2. Менеджмент – діяльність з управління підприємством, яка полягає у встановленні цілей, розробці алгоритмів їх досягнення, організації постачання та використання ресурсів, розподіл повноважень, мотивація працівників.

3. Фінансово-економічна діяльність – визначення обсягів і джерел фінансування діяльності підприємства, управління фінансовими потоками, здійснення податкових платежів, фіксування витрат, оцінювання ефективності реалізації інвестиційних проєктів.

4. Виробнича діяльність – побудова виробничого процесу в просторі та в часі, застосування певної технології виробництва, експлуатація устаткування.

5. Обліково-контрольна діяльність – формування облікової звітності (фінансової, статистичної, податкової), організація системи управлінського обліку, контроль витрат за напрямками, виконавцям, товарами.

6. Інноваційна діяльність – пошук та розробка нових рішень у всіх сферах діяльності підприємства, впровадження нових технологій, модифікацій товарів згідно з вимогами споживачів, удосконалення організації виробництва.

З іншого боку, можна виділити два головних інтегрованих напрями діяльності підприємств: економічну і соціальну діяльність.

До головного інтегрованого напрямку діяльності підприємства належить економічна діяльність підприємства (фірми). Вона включає: стратегічне і поточне планування, облік і звітність, ціноутворення, систему оплати праці, ресурсне забезпечення виробництва, фінансову, зовнішньоекономічну діяльність тощо. Цей напрямок є визначальним для оцінювання й регулювання всіх елементів системи господарювання на підприємстві.

Виняткове значення має і соціальна діяльність підприємства, оскільки вона істотно впливає на ефективність усіх інших напрямів і конкретних видів діяльності підприємства (інноваційної, виробничої, комерційної, економічної), результативність які безпосередньо залежать від рівня професійної підготовки й компетентності всіх категорій працівників, дієвості застосовуваного мотиваційного механізму, постійно підтримуваних на потрібному рівні умов праці і життя трудового колективу. Тому ефективне управління персоналом є пріоритетним і важливим напрямком діяльності кожного підприємства (фірми) за умов соціально орієнтованої ринкової економіки [5].

2 Класифікація підприємств

Класифікація підприємств (фірм) представлена в табл. 1.

Таблиця 1 – Класифікація підприємств (фірм) [5]

Класифікаційна ознака	Вид підприємства (фірми)
1. Мета й характер діяльності	– комерційні – некомерційні
2. Спосіб створення (заснування) та формування статутного фонду	– унітарні – корпоративні
3. Форма власності майна	– приватні – колективні – комунальні – державні (у т.ч. казенні) – змішані (об'єднання майна різних форм власності)
4. Національна приналежність капіталу	– національні – іноземні – змішані (спільні)
5. Правовий статус і форма господарювання	– одноосібні – кооперативні – орендні – господарські товариства
6. Галузево–функціональний вид діяльності	– промислові; – сільськогосподарські; – будівельні; – транспортні; – торгові; – виробничо–торгові; – торгово–посередницькі; – інноваційно–впроваджувальні; – лізингові; – банківські; – страхові; – туристичні; – зв'язку тощо
7. Технологічна (територіальна) цілісність і ступінь підпорядкування	– материнські (головні) – дочірні – асоційовані – філії
8. Обсяг виручки і чисельність персоналу	– великі – середні – малі

1. У відповідності до мети і характеру діяльності підприємства діляться на комерційні та некомерційні.

Комерційні підприємства мають на меті одержання прибутку. Це більшість підприємств.

До **некомерційних підприємств** належать: навчальні, медичні, наукові, благодійні, організації невиробничої сфери національної економіки.

2. У відповідності до способу створення (заснування) та формування статутного фонду в Україні діють унітарні та корпоративні підприємства.

Унітарне підприємство створюється одним засновником, який виділяє необхідне майно для функціонування підприємства; формує відповідно до законодавства статутний фонд, не поділений на частки (паї); затверджує статут; розподіляє доходи безпосередньо або через керівника, який ним призначається; керує підприємством і формує його трудовий колектив на засадах трудового найму; вирішує питання реорганізації та ліквідації підприємства.

До унітарних підприємств належать: державні; комунальні; підприємства, засновані на власності об'єднання громадян, регіональної організації або на приватній власності.

Корпоративне підприємство утворюється двома або більше засновниками за їх спільним рішенням (договором), таке підприємство здійснює свою діяльність на основі об'єднання майна засновників, їх спільного управління підприємством, спільного розподілу доходів і ризиків.

До них відносяться кооперативні підприємства, господарські товариства та інші підприємства, засновані на приватній власності двох або більше осіб.

3. У відповідності до форми власності на майно розрізняють: приватні, колективні, комунальні, державні.

Приватні підприємства – це підприємства, які належать окремим громадянам (тільки один власник) на правах приватної власності чи суб'єкту господарювання (юридичній особі), з правом найму робочої сили.

До цього виду відносять також індивідуальні та сімейні підприємства. Вони базуються на приватній власності, але ґрунтуються тільки на особистій праці чи праці членів сім'ї.

Колективне підприємство – це підприємство, що базується на власності його засновників. Підприємствами колективної власності є кооперативи, товариства, громадські організації.

Комунальне – це підприємство, яке засноване на власності відповідної територіальної громади. Комунальні підприємства в економічній науці – це підприємства, що забезпечують населення водою, електроенергією, газом та іншими товарами й послугами першої необхідності. Комунальні підприємства є природними монополістами і їх діяльність регулюється урядом, щоб уникнути зловживань монопольною владою.

Державними є підприємства, засновані на державній власності. До державних підприємств також відносяться так звані *казенні підприємства* (часто на казенних підприємствах працюють засудженні). Казенні

підприємства не підлягають приватизації. Рішення про перетворення державного підприємства на казенне приймає Кабінет Міністрів України за наявності однієї з умов: а) підприємство провадить виробничу або іншу діяльність, яка відповідно до чинного законодавства може здійснюватися тільки державним підприємством; б) головним споживачем продукції підприємства (понад 50 відсотків) є держава; в) підприємство є суб'єктом природних монополій; г) переважаючими (понад 50 відсотків) є виробництво суспільно необхідної продукції (робіт, послуг), яке за своїми умовами і характером потреб, що ним задовольняються, не може бути рентабельним; д) приватизація майнових комплексів державних підприємств заборонена законом [5].

4. *В залежності від національної належності капіталу прийнято розрізняти підприємства (фірми): національні, іноземні, змішані.*

Національні підприємства – їх капітал належить підприємцям своєї країни.

Іноземні – капітал є власністю іноземних підприємців або іноземних юридичних осіб. Такі підприємства створюються у формі філій або дочірніх фірм і реєструються в країні місцезнаходження. У статутному фонді таких підприємств іноземний капітал складає 100%.

Змішані підприємства – капітал належить підприємцям двох або кількох країн; їх реєстрація здійснюється в країні одного із засновників такого підприємства. Якщо метою створення змішаного підприємства є спільна підприємницька діяльність, його називають спільним.

Підприємство, в статутному фонді якого не менше 10% складають іноземні інвестиції, визначається як підприємство з іноземними інвестиціями.

5. *Найбільш важливою є класифікація підприємств (фірм) за правовим статусом і формою господарювання: одноосібні, кооперативні, орендні, господарські товариства.*

Одноосібне підприємство є власністю однієї особи або родини; воно несе відповідальність за своїми зобов'язаннями всім майном (капіталом). Таке підприємство може бути зареєстроване як самостійне або як філія іншого підприємства (фірми). Форму одноосібних підприємств мають переважно малі за кількістю працівників фірми.

Кооперативні підприємства (кооперативи) – добровільні об'єднання громадян на основі членства для ведення спільної господарської та іншої діяльності з метою задоволення своїх економічних, соціальних та інших потреб на основі самоврядування. Характерною їх ознакою є особиста участь кожного члена кооперативу в загальній діяльності, використання власного або орендованого майна.

У державному секторі економіки однією з форм підприємництва є **орендні підприємства**. Оренда полягає в тимчасовому (на договірних засадах) володінні й користуванні майном, необхідним орендарю для здійснення підприємницької діяльності. Об'єктами оренди можуть бути цілісні майнові комплекси державних підприємств або їх структурних

підрозділів (філій, цехів, дільниць), а також окремі одиниці майна [5]. *Орендними можуть бути підприємства (фірми), але не господарські товариства.*

Окремо в класифікації за правовим статусом і формою господарювання виділяють об'єднання підприємців в **господарські товариства**. У більшості країн із ринковою економікою такі товариства залежно від характеру інтеграції (осіб чи капіталу) та міри відповідальності за зобов'язаннями (повна чи часткова) поділяються на повні, з обмеженою відповідальністю, з додатковою відповідальністю, командитні та акціонерні.

Господарське товариство – юридична особа, створена за згодою з юридичними, фізичними особами шляхом об'єднання їх майна з метою здійснення господарської діяльності.

Види господарських товариств:

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

Товариство з обмеженою відповідальністю – об'єднання (товариство), створене за згодою юридичних осіб або громадян (фізичних осіб) шляхом об'єднання їх майна з метою здійснення господарської діяльності; що має статутний фонд, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами (статутом товариства та ін.), право володіння ними не підтверджується акціями, і відповідальність за зобов'язаннями несеється тільки в розмірах свого майна. Учаснику товариства, який вніс свій внесок в статутний фонд, видається свідоцтво, яке не відноситься до категорії цінних паперів.

Найбільш розвинутою формою господарських товариств є **акціонерне товариство**. Головним атрибутом такого товариства є *акція* – цінний папір без встановленого терміну обігу, який свідчить про пайову участь у статутному фонді товариства; підтверджує членство в ньому і право на участь в управлінні ним; дає учаснику товариства право на одержання частини прибутку у вигляді дивідендів та участь у розподілі майна у разі ліквідації товариства. Однак випуск акцій (емісія) можливий тільки тоді, коли розмір статутного фонду перевищує вартість майна [5].

Акціонерні товариства можуть бути двох типів: публічні та приватні. Склад акціонерів приватного акціонерного товариства не може перевищувати 100 акціонерів.

Публічне акціонерне товариство може здійснювати публічне та приватне розміщення акцій.

Приватне акціонерне товариство може здійснювати тільки приватне розміщення акцій.

У разі прийняття загальними зборами приватного акціонерного товариства рішення про здійснення публічного розміщення акцій, до

статуту товариства вносяться відповідні зміни, у тому числі про зміну типу товариства з приватного на публічне.

Зміна типу товариства з приватного на публічне або з публічного на приватне не є його перетворенням.

Акціонерне товариство може бути створене однією особою чи може складатися з однієї особи у разі придбання одним акціонером усіх акцій товариства.

Акціонерна форма господарювання має істотні переваги: *фінансові* – створює механізм оперативної мобілізації великих за обсягом інвестицій і регулярного одержання доходу у формі дивідендів на акції; *економічні* – акціонерний капітал сприяє встановленню гнучкої системи виробничо-господарських зв'язків, опосередкованих перехресним або ланцюговим володінням акціями; *соціальні* – акціонування є важливою формою роздержавлення власності різних за розмірами підприємств, перетворення найманих працівників на власників певної частки майна підприємства [5].

Повне товариство – товариство, всі учасники якого займаються спільною підприємницькою діяльністю і несуть солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном, яке їм належить.

Товариство з додатковою відповідальністю – об'єднання (товариство), створене за згодою з юридичними особами або громадянами (фізичними особами) шляхом об'єднання їх майна з метою здійснення господарської діяльності, статутний фонд якого розділений на частини, розмір яких регламентується установчими документами, а в статуті передбачена конкретна майнова відповідальність учасників у разі недостатності коштів товариства. У цьому випадку учасники товариства відповідають за його боргами своїми внесками до статутного фонду, а за недостатністю цих сум – додатково належним їм майном в розмірі, кратному розміру до внеску кожного учасника. Товариство з додатковою відповідальністю має право зменшити або збільшити за згодою кредиторів при відсутності заперечень з боку учасників розмір додаткової відповідальності. При її збільшенні учасники надають документи, які підтверджують їх можливість забезпечити відповідальність у новому розмірі.

Командитне товариство – товариство, в якому разом з одним або кількома учасниками, які здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном, є один або кілька учасників, відповідальність яких обмежується вкладом у майні товариства.

Таким чином, командитне товариство – це об'єднання громадян або юридичних осіб, створене на основі договору між ними для здійснення підприємницької діяльності, яке включає дійсних членів (повних пайовиків) і членів-вкладників (командиторів). Дійсні члени такого товариства несуть повну солідарну відповідальність за його зобов'язаннями всім своїм майном, командитори – тільки своїми внесками

і не беруть участі в управлінні, а їх частина в прибутку визначається пропорційно внескам в капітал товариства.

Для товариств усіх типів характерно те, що власністю товариства є не тільки майно і грошові внески учасників (паї, статутний фонд), а й наступні елементи діяльності: продукція виготовлена, закуплена, доходи у вигляді прибутку. Право розпоряджатися виготовленою продукцією належить засновникам підприємства.

6. *В залежності від функціонально-галузевого виду діяльності підприємства діляться на:* промислові, сільськогосподарські, будівельні, транспортні, торгові, виробничо–торгові, торгово–посередницькі, інноваційно–впроваджувальні, лізингові, банківські, страхові, туристичні, підприємства зв'язку і ін.

7. *В залежності від технологічної і територіальної цілісності розрізняють:* материнське (головне) підприємство, дочірні, асоціації, філії.

Технологічну і територіальну цілісність мають так звані **материнські (головні) підприємства або фірми**. Особливістю їхньої діяльності є те, що вони контролюють інші фірми. Залежно від розміру капіталу, який належить материнській (головній) фірмі, а також правового статусу і ступеня підпорядкованості підприємств, що знаходяться в сфері впливу головної фірми, їх можна поділити на дочірні, асоційовані та філії.

Дочірнє підприємство (компанія) – юридично самостійне організаційне утворення, яке здійснює комерційні операції і складає звітний баланс; проте материнська фірма суворо контролює діяльність усіх своїх дочірніх компаній, оскільки володіє контрольним пакетом їхніх акцій.

Асоційоване підприємство є формально самостійним, але з різних причин воно залежить від головної фірми і мусить підпорядковуватися її стратегічним цілям. На відміну від дочірніх і асоційованих підприємств **філія** не має юридичної та господарської самостійності, не має власного статуту та балансу, діє від імені та за дорученням головного підприємства, має однакову з ним назву. Майже весь акціонерний капітал філії належить материнській фірмі [5].

8. *Залежно від обсягу виручки і чисельності персоналу виділяють:* малі, середні та великі підприємства.

Малі підприємства – це підприємства з чисельністю працівників до 50 осіб і обсягом валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за рік менше 500 тис. євро на рік.

Великі підприємства – це підприємства з числом працівників понад 1000 осіб і обсягом валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за рік понад 5 млн. євро.

Середні підприємства – це підприємства з числом працівників понад 50 осіб до 1000 осіб і обсягом валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за рік від 500 тис. євро до 5 млн. євро.

Лекція 3. Порядок створення нового підприємства (господарського товариства). Класифікація об'єднань підприємств

План лекції

1 Порядок створення нового підприємства (господарського товариства)

2 Класифікація об'єднань підприємств: асоціації, корпорації, консорціуми, концерни, картелі, синдикати, трести, холдинги, фінансово-промислові групи

Завдання на самостійну роботу студента.

- 1 Правові засади функціонування підприємств
- 2 Організаційно-правові форми підприємств
- 3 Функціональні моделі підприємств
- 4 Еволюція теорій економіки підприємства
- 5 Господарське середовище підприємства. Макросередовище підприємства. Мікросередовище підприємства

Література:

1. Гетьман О.О., Шаповал В.М. *Економіка підприємства: навчальний посібник*. К.: ЦНЛ, 2010. 488 с.

2. *Економіка підприємства: підручник/* за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.: КНЕУ, 2009. 816 с.

3. *Економіка підприємства : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти /* Н. Ю. Рекова, Є. О. Підгора, В. В. Ровенська, В. С. Рижиков, О. В. Латишева, І. Ю. Єрфорт, Т. П. Гітис, І. І. Смирнова, С. В. Касьянюк. Краматорськ : ДДМА, 2021. 248 с. URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20\(2\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20(2).pdf).

1 Порядок створення нового підприємства (господарського товариства)

Технологія реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності [2].

1. Органи місцевого самоврядування – реєстрація суб'єкта підприємницької діяльності (СПД).

Необхідні документи:

- нотаріально завірений статут підприємства (2 оригінали, 1 копія);
- рішення власників про створення суб'єкта господарювання;
- реєстраційна картка СПД;
- квитанція про сплату державної реєстрації;
- договір оренди/ володіння приміщенням, або паспорт фізичної особи.

Результат – свідоцтво про державну реєстрацію й зареєстрований устав СПД.

2. Держкомітет статистики України – внесення підприємства в Єдиний реєстр підприємств та організацій України (ЄДРПОУ).

Необхідні документи:

- заповнена облікова картка;
- оригінал статуту СПД і його копія;
- оригінал свідоцтва про державну реєстрацію;
- квитанція про оплату послуг реєстрації;
- копія наказу про призначення директора.

Результат – довідка про включення підприємства в ЄДРПОУ.

3. Орган внутрішніх справ – отримання дозволу на виготовлення печатки й штампів.

Необхідні документи:

- заява;
- нотаріально завірена копія свідоцтва про державну реєстрацію (з пред'явленим оригіналом);
- два примірники ескізів печатки (штампів), затверджених директором;
- наказ на затвердження відповідального за отримання дозволу та виготовлення печатки та штампів;
- квитанція про оплату дозволу;
- квитанція про оплату послуг виготовлення печаток.

Результат – дозвіл на виготовлення печатки та штампів.

4. Органи державної податкової системи – постановка на податковий облік і реєстрація платника податків, перевірка документів податковою міліцією.

Необхідні документи:

- заява по формі 1–ОПП;
- нотаріально завірена копія статуту СПД;
- копія свідоцтва про державну реєстрацію, завірена нотаріально;
- копія довідки про внесення в ЄДРПОУ.

Результат – постановка на податковий облік й довідка по формі 4–ОПП.

5. Банківські установи – відкриття рахунків (поточних, валютних, депозитних тощо).

Необхідні документи:

- документи про підтвердження проходження;
- заява про відкриття рахунків (за підписом директора та головного бухгалтера);
- банківська картка з нотаріально завіреним підписом осіб, які можуть розпоряджатися рахунками.

Результат – відкриття рахунків (довідка про відкриття).

6. Фонди – реєстрація в Пенсійному та інших фондах.

Необхідні документи:

- заява;
- копія свідоцтва про державну реєстрацію, що завірена нотаріально;
- копія довідки про внесення в ЄДРПОУ.

Результат – реєстрація в фондах (довідки–повідомлення).

Підприємство набуває статусу юридичної особи після отримання свідоцтва про державну реєстрацію.

2 Класифікація об'єднань підприємств: асоціації, корпорації, консорціуми, концерни, картелі, синдикати, трести, холдинги, фінансово-промислові групи

Відповідно до чинного законодавства в Україні можуть створюватися і функціонувати два типи об'єднань підприємств та організацій (інтеграційних утворень): 1) добровільні; 2) інституційні.

Підприємства (організації, фірми) мають право на добровільних засадах об'єднувати свою науково-технічну, виробничу, комерційну та інші види діяльності, якщо це не суперечить чинному антимонопольному законодавству.

Як свідчить світовий і вітчизняний досвід господарювання в умовах ринкової економіки, підприємства та інші суб'єкти господарювання можуть створювати різні за принципами й цілями добровільні об'єднання.

Асоціація – найпростіша форма договірної об'єднання підприємств (фірм, компаній, організацій) з метою постійної координації господарської діяльності шляхом централізації однієї або кількох виробничих та управлінських функцій, розвитку спеціалізації і кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об'єднання учасниками фінансових та матеріальних ресурсів для задоволення переважно господарських потреб учасників асоціації. Керівні органи асоціації не мають права втручатись у виробничу та комерційну діяльність будь-якого з її учасників (членів) [5].

Корпорація – договірне об'єднання суб'єктів господарювання на засадах інтеграції їхніх науково-технічних, виробничих і комерційних інтересів, із делегуванням окремих повноважень для централізованого регулювання діяльності кожного з учасників. Найчастіше корпорації організовують у формі акціонерних товариств.

Консорціум – тимчасове статутне об'єднання промислового й банківського капіталу для здійснення капіталомісткого проекту або спільного розміщення позики. Учасниками консорціуму можуть бути державні і приватні фірми, а також окремі держави (наприклад, Міжнародний консорціум супутникового зв'язку) [5]. Консорціум несе солідарну відповідальність перед своїми замовниками.

Концерн – форма статутного об'єднання підприємств (фірм), що характеризується єдністю власності й контролю; об'єднання частіше

відбувається за принципом диверсифікації, коли один концерн інтегрує підприємства (фірми) різних галузей економіки (промисловість, транспорт, торгівля, наукові організації, банки, страхова справа). Після створення концерну суб'єкти господарювання втрачають свою самостійність і підпорядковуються потужним фінансовим структурам. В даний час значно розширюється мережа міжнародних концернів.

Картель – договірне об'єднання підприємств (фірм) переважно однієї галузі для здійснення спільної комерційної діяльності – регулювання збуту виготовленої продукції.

Синдикат – організаційна форма існування різновиду картельної угоди, що передбачає реалізацію продукції учасників через створення спільного збутового органу або збутової мережі одного з учасників об'єднання. Так само може здійснюватися закупівля сировини для усіх учасників синдикату. Така форма об'єднання підприємств є характерною для галузей з масовим виробництвом однорідної продукції [5].

Трест – монополістичне об'єднання підприємств, що раніше належали різним підприємцям, в єдиний виробничо-господарський комплекс. При цьому підприємства повністю втрачають свою юридичну і господарську самостійність, оскільки інтегруються всі напрямки їхньої діяльності.

Холдинг (холдингова компанія) – специфічна організаційна форма об'єднання капіталів: інтегроване товариство, яке безпосередньо не займається виробничою діяльністю, а використовує свої капітали для придбання контрольних пакетів акцій інших підприємств, які є учасниками концерну або іншого добровільного об'єднання. Це дає можливість холдинговій компанії здійснювати контроль за діяльністю таких підприємств. Об'єднані у холдингу суб'єкти мають юридичну й господарську самостійність, однак при цьому право вирішення основних питань їхньої діяльності належить холдинговій компанії [5].

Фінансова група – об'єднання юридично та економічно самостійних підприємств (фірм) різних галузей національної економіки. На відміну від концерну на чолі фінансових груп стоїть один або декілька банків, які розпоряджаються капіталом підприємств (фірм, компаній), що входять до складу фінансової групи, координують усі сфери їх діяльності.

В даний час основними формами добровільних об'єднань підприємств (фірм, організацій) виступають концерни, корпорації та фінансові (промислово-фінансові) групи [5].

В Україні поряд з добровільними створюються і функціонують так звані **інституціональні об'єднання**, діяльність яких започатковується в директивному порядку міністерствами (відомствами) чи безпосередньо Кабінетом міністрів України.

До таких належать **виробничі, науково-виробничі (науково-технічні), виробничо-торговельні** та інші об'єднання (комплекси, центри), які інтегрують стадії створення (проектування), виробництва, реалізації та післяпродажного сервісного обслуговування товарів тривалого використання.

Лекція 4. Виробнича структура підприємства. Управління підприємством. Організаційні структури управління підприємством

План лекції

1. Виробнича структура підприємства
2. Управління підприємством
3. Організаційні структури управління підприємством

Завдання на самостійну роботу студента.

1. Принципи організації виробничого процесу: спеціалізація, пропорційність, паралельність, прямоточність, безперервність, ритмічність, автоматичність, гнучкість, гомеостатичність

2. Типи організації виробництва
3. Комплексна підготовка виробництва

4. Відтворення і розвиток виробничих та інфраструктурних об'єктів підприємства. Вивчення капітального будівництва як процес створення нових, реконструкції, розширення та технічного переозброєння діючих об'єктів виробничої і соціальної інфраструктури

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник/* за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. – К.: КНЕУ, 2009. 816 с.

2. Економіка підприємства : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти / Н. Ю. Рекова, Є. О. Підгора, В. В.Ровенська, В. С. Рижиков, О. В. Латишева, І. Ю. Єрфорт, Т. П. Гігіс, І. І. Смирнова, С. В. Касьянюк. Краматорськ : ДДМА, 2021. – 248 с. URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Ekonomika%20pidpriemstva_Pidgora_2%20\(2\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Ekonomika%20pidpriemstva_Pidgora_2%20(2).pdf).

1 Виробнича структура підприємства [5]

Основу діяльності підприємства складають виробничі процеси, за допомогою яких предмети праці перетворюються в готову продукцію.

Залежно від ролі в загальному процесі виготовлення готової продукції розрізняють основні, допоміжні та обслуговуючі виробничі процеси.

Основні виробничі процеси спрямовані на зміну предметів праці і надання їм властивостей готової продукції.

Допоміжні виробничі процеси створюють умови для нормального перебігу основних процесів виробництва: ремонт обладнання, виготовлення і ремонт інструменту.

Обслуговуючі процеси забезпечують здійснення основних і допоміжних процесів на певному підприємстві: контрольні, транспортні, складські операції тощо.

Первинною ланкою в організації виробничого процесу є **робоче місце**, на якому робітник (або група робітників) виконує певну операцію з виготовлення продукції або обслуговування виробничого процесу за допомогою необхідного устаткування, інструменту, пристосувань і яке розташоване на відведеній частині площі. Сукупність територіально

відокремлених робочих місць, на яких виконується технологічно–однорідна робота або різні операції з виготовлення однорідної продукції, утворює **виробничу дільницю** – найменшу адміністративну ланку підприємства, очолювану **майстром**. Об'єднані для виконання певного комплексу робіт відповідно до внутрішньозаводської спеціалізації і кооперування праці основні виробничі, допоміжні обслуговуючі дільниці утворюють територіально та адміністративно відокремлені підрозділи підприємства, які називаються **цехами**.

Виробнича структура підприємства – це склад цехів, виробництв та інших виробничих підрозділів підприємства та взаємозв'язки між ними.

Схема виробничої структури машинобудівного підприємства представлена на рис. 1.

У виробничу структуру підприємства не входять різні об'єкти соціальної інфраструктури підприємства (культурно-побутового обслуговування працівників).

Малі та середні підприємства мають менш розгалужену і більш просту структуру.

Виробнича структура підприємства відображає розподіл праці між цехами та обслуговуючими господарствами, формалізує внутрішньозаводську спеціалізацію та кооперування. На основі виробничої структури формується загальна структура підприємства й організаційна структура управління підприємством.

На формування виробничої структури підприємства впливають такі **фактори**:

- 1) розміри підприємства та масштаби його діяльності;
- 2) конструктивні особливості продукції;
- 3) технологічні процеси виготовлення продукції;
- 4) обсяги виробництва продукції;
- 5) широта номенклатури і асортименту продукції (для універсальних підприємств з широкою номенклатурою характерна розгалужена, складна виробнича структура);
- 6) рівень, форми спеціалізації і кооперування з іншими підприємствами (чим вищий рівень спеціалізації підприємства, тим менше в його складі різнойменних виробничих підрозділів і більші масштаби кооперативних зв'язків з малими і середніми підприємствами);
- 7) рівень механізації і автоматизації виробничих процесів.

Виробнича структура формується з урахуванням розміру підприємства. Оптимальним при певному рівні розвитку факторів виробництва є такий розмір підприємства, на якому продуктується і реалізується продукція (послуги) з мінімальними витратами. Розукрупнення підприємств з метою підвищення рівня їх спеціалізації (виділення непрофільних виробництв), динамічний розвиток малих і середніх підприємств зумовлюють спрощення виробничої структури (наприклад, шляхом створення тільки спеціалізованих виробничих дільниць).



Рисунок 1 – Схема виробничої структури машинобудівного підприємства [5]

Існує кілька критеріїв типізації виробничих структур підприємства.

1. В залежності від підрозділу, на основі якого будується структура, розрізняють цехову, безцехову, корпусну і комбінатську виробничі структури.

При цеховій виробничій структурі основним виробничим підрозділом підприємства є цех. Залежно від характеру продукції, що виготовляється або робіт, що виконуються, цехи підприємства поділяють на основні, допоміжні, обслуговуючі та побічні.

Цехи основного виробництва виготовляють продукцію, що призначена для реалізації споживачам, тобто продукцію, що визначає профіль та спеціалізацію підприємства.

Допоміжні цехи виготовляють продукцію, яка необхідна для забезпечення нормального функціонування основних цехів (виготовлення інструменту, запасних частин для ремонту, забезпечення електроенергією тощо).

Обслуговуючі цехи (господарства) виробничого призначення виконують роботи та надають послуги, необхідні для нормального функціонування основних і допоміжних процесів (транспортування, складування і т.п.).

Побічні цехи переробляють відходи основного та допоміжного виробництв, виготовляють не профільну для даного підприємства продукцію, виготовляють допоміжні матеріали для потреб виробництва.

На великих підприємствах кілька однорідних за профілем виробничої діяльності цехів можуть бути об'єднані в корпус. У цьому випадку **корпус** стає основним структурним підрозділом підприємства. Така виробнича структура отримала назву корпусних.

2. За формою спеціалізації основних цехів розрізняють технологічну, предметну та змішану (предметно-технологічну) виробничі структури.

Ознакою **технологічної структури** є спеціалізація цехів підприємства на виконанні певної частини технологічного процесу або окремої стадії виробничого процесу: ливарні, термічні, механообробні, складальні, механоскладальні цехи машинобудівного підприємства. Технологічна структура використовується переважно на підприємствах одиничного і дрібносерійного виробництва з різноманітною та нестійкою номенклатурою продукції.

Ознакою **предметної структури** є спеціалізація цехів на виготовлення певного виробу або групи однотипних виробів, вузлів, деталей з використанням різноманітних технологічних процесів та операцій: цех кузовів, шасі, двигунів на автомобільному заводі. Предметна структура виробництва поширена на підприємствах великосерійного і масового виробництва з обмеженою номенклатурою та значними обсягами продукції. Проте на практиці – обмаль підприємств, де всі цехи спеціалізовані лише технологічно або тільки предметно. Переважна більшість підприємств використовує змішану виробничу структуру,

відповідно до якої частина цехів спеціалізована технологічно (наприклад, заготівельні), а інші (обробні, складальні) – предметно.

3. В залежності від повноти реалізації в рамках циклу виготовлення кінцевого продукту розрізняють підприємства з комплексною та спеціалізованою структурою виробництва. Підприємства з комплексною виробничою структурою мають всю сукупність основних та допоміжних цехів, а зі спеціалізованою структурою – лише її частину. При цьому підприємства зі спеціалізованою структурою поділяють на:

- підприємства механоскладального типу, які отримують заготовки від інших підприємств;
- підприємства складального типу, які випускають продукцію з деталей, вузлів, агрегатів, які виготовляють на інших підприємствах;
- підприємства заготівельного типу, що спеціалізуються на виробництві заготовок;
- підприємства, що спеціалізуються на виробництві окремих деталей.

Результативність господарської діяльності підприємства визначається рівнем організації не тільки основних виробничих процесів. В умовах постійного зростання рівня технічної бази виробництва все більшої раціональної організації вимагають допоміжні та обслуговуючі господарства, тобто інфраструктура підприємства.

Інфраструктура підприємства – це комплекс цехів, господарств і служб підприємства, які забезпечують необхідні умови для нормального функціонування основного виробництва і всіх сфер діяльності підприємства.

Розрізняють виробничу та соціальну інфраструктури підприємства.

До **виробничої інфраструктури підприємства** належать підрозділи, які не беруть безпосередньої участі у виробництві профільної продукції підприємства, але своєю діяльністю створюють умови, необхідні для функціонування основних виробничих цехів.

Система технічного обслуговування виробництва включає виконання наступних видів робіт:

- ремонт технологічного, енергетичного, транспортного та іншого устаткування, його огляд і настроювання. Цими роботами займається ремонтне господарство підприємства: відділ головного механіка, ремонтно-механічний цех, ремонтно-будівельний цех, цехові ремонтні бази;

- забезпечення робочих місць інструментом і пристосуваннями як власного виробництва, так і придбаних у спеціалізованих виробників. Цими роботами займається інструментальне господарство: інструментальний відділ, інструментальний цех, центральний інструментальний склад, цехові інструментально-роздавальні комори;

- переміщення вантажів, виконання вантажно-розвантажувальних робіт. Цим видом робіт займається транспортне господарство: транспортно-технологічний відділ, транспортний цех (цехи за видами транспорту: залізничного, автомобільного, електрокарного);

– забезпечення підрозділів підприємства електричною і тепловою енергією, паром, газом, стиснутим повітрям. Цими видами робіт займається енергетичне господарство підприємства: відділ головного енергетика, господарства: електросилове, теплосилове, газове, пічне, енергоремонтне, зв'язку;

– своєчасне забезпечення виробничих цехів (дільниць, окремих виробництв) сировиною, основними та допоміжними матеріалами, паливом; складування і зберігання доставлених (придбаних) матеріальних ресурсів, напівфабрикатів, комплектуючих, окремих складальних одиниць, готової продукції. Ці види робіт знаходяться у веденні складського господарства: матеріальні склади, виробничі склади, склади готової продукції.

Соціальна інфраструктура забезпечує задоволення соціально-побутових і культурних потреб працівників підприємства. Це об'єкти громадського харчування, установи охорони здоров'я, спортивні споруди, дитячі дошкільні заклади, заклади культури, житлово-комунальне господарство.

2 Управління підприємством [5]

Підприємства створюються для задоволення різноманітних потреб людей, їх розрізняють залежно від розмірів, форм власності, юридичним статусом та ін. Однак, не дивлячись на різноманітність конкретних підприємств, всі вони здійснюють горизонтальний і вертикальний розподіл праці.

Розподіл загального обсягу робіт підприємства на окремі частини між окремими виконавцями або підрозділами називається **горизонтальним поділом праці**. Внаслідок горизонтального поділу праці об'єктивно виникає потреба в діяльності з координації (узгодження, забезпечення взаємодії) роботи підрозділів і окремих виконавців для забезпечення загального результату.

Відокремлення діяльності з координації роботи підрозділів та окремих виконавців від безпосередньої діяльності з виготовлення продукції (робіт, послуг) прийнято називати **вертикальним поділом праці**.

Таким чином управління виникло і об'єктивно сформувалося в специфічний вид діяльності внаслідок вертикального поділу праці.

Будь-яке підприємство є відкритою системою, яка взаємодіє з різними факторами зовнішнього середовища. На вході підприємство отримує із зовнішнього середовища ресурси, а на виході передає йому створені на підприємстві продукти. Тобто діяльність підприємства складається з трьох основних процесів: отримання ресурсів із зовнішнього середовища, виготовлення продукту; передача продукту в зовнішнє середовище. Ключова роль у підтримці балансу між цими процесами, а

також у приведенні в дію потенціалу підприємства для здійснення цих процесів належить управлінню.

У широкому розумінні **управління** – це вплив на діяльність людей, в результаті якого праця окремого працівника узгоджується з діяльністю інших працівників для досягнення спільної мети, спільного результату. З позицій внутрішньоорганізаційної діяльності управління покликане координувати процеси, що відбуваються на підприємстві. Це стосується створення структури підприємства, формування і управління технологічними підсистемами підприємства, персоналом, виробництвом, інноваціями, маркетингом і фінансами підприємства, а також аналізу та обліку результатів діяльності. При цьому управління не еквівалентно всій діяльності підприємства щодо досягнення встановлених цілей, а включає такі функції і дії, які пов'язані з координацією і встановленням чіткої взаємодії всередині підприємства, зі спонуканням до виробничої та інших видів діяльності.

Сформульоване таким чином поняття управління надає можливість розглядати підприємство як соціально-економічну систему, яка складається з двох взаємопов'язаних підсистем: керуючої і керованої, на яку впливає зовнішнє середовище через входи і виходи цієї системи. **Керуюча підсистема** (суб'єкт управління) – це окрема людина або група людей, які здійснюють керуючий вплив на керовану підсистему (об'єкт управління) з допомогою певних засобів. **Керована підсистема** являє собою єдність соціального (люди) і технічного (сировина, обладнання, технологія) елементів процесу виробництва.

Керуючу підсистему підприємства або систему управління підприємством характеризують такі складові:

– по-перше, елементи, з яких вона складається, і зв'язку, які існують поміж ними (статика управління). Елементи керуючої підсистеми – це співробітники і керівні органи підприємства, які беруть участь в процесі управління. Зв'язки між елементами керуючої підсистеми – це тільки ті, які необхідні для здійснення впливу в процесі управління;

– по-друге, процеси, що відбуваються всередині керуючої підсистеми, тобто послідовність дій, з яких формується вплив керуючої підсистеми на керовану (динаміка управління);

– по-третє, механізм управління – комплекс засобів впливу на керовану підсистему підприємства.

Управлінська діяльність – являє собою систему управління.

Система управління підприємством включає такі складові:

1) ланки управління підприємством – організаційно відокремлені за критерієм спеціалізації та комбінації функцій управління, сфер управління, обсягів і масштабів повноважень одиниці системи управління (управлінські органи, підрозділи, відділи, сектори, групи);

2) функції управління – види діяльності, що виникають внаслідок поділу управління на окремі складові за ознакою подібності змісту робіт,

які виконуються в рамках їх цільової спрямованості. Функції управління характеризують зміст управлінської діяльності;

3) структура управління підприємством – склад, взаємозв'язки і підпорядкованість ланок і керівників апарату управління підприємством. Структура управління відображає сукупність ланок управління підприємством, сферу їх відповідальності та ієрархію взаємодій між ними в процесі управління;

4) процес управління – послідовність дій ланок управління, необхідних для формування впливу на керовану підсистему підприємства. З точки зору практики процес управління являє собою послідовність операцій (процедур) по розробці і прийняттю управлінських рішень в певній послідовності і комбінації;

5) механізм управління – методи (важелі), за допомогою яких здійснюється вплив керуючої підсистеми на керовану підсистему підприємства. Завдяки механізму управління вплив керуючої підсистеми призводить до зміни ситуації, тобто потенціал управління перетворюється в конкретну цілеспрямовану діяльність співробітників підприємства.

Всі складові елементи системи управління підприємством органічно пов'язані між собою.

Зміст і порядок дій в процесі управління конкретним підприємством залежить від розмірів підприємства, виду його діяльності (виробництво товарів, надання послуг, торговельна діяльність), рівня в управлінській ієрархії (вищій, середній, нижчій), сфери управління (виробництво, персонал, маркетинг, інновації, фінанси). Однак для всіх процесів управління на підприємстві характерним є наявність в цілому однорідних видів діяльності, які називаються функціями управління.

Функції управління – це спеціалізовані види управлінської діяльності, що виникають внаслідок поділу процесу управління на окремі складові за ознакою подібності змісту робіт.

Функції управління діляться на дві групи: загальні та конкретні.

До **загальних функцій управління** відносять взаємопов'язані універсальні види управлінської діяльності, яка аналогічна для всіх підприємств. Загальні функції розкривають сутність управління на всіх рівнях. Залежно від характеру виконуваних робіт в цій групі виділяють наступні функції управління: планування, організація, мотивація, контроль, які при взаємодії утворюють замкнене «цикл менеджменту».

Функції, спрямовані на управління конкретним об'єктом називають **конкретними функціями управління**. До них можна віднести:

- керування маркетинговою діяльністю;
- управління виробничою діяльністю;
- управління збутовою діяльністю;
- управління зовнішньоекономічною діяльністю;
- управління фінансовою діяльністю;
- управління інноваційною діяльністю;
- управління соціальною діяльністю.

Практична реалізація функцій управління здійснюється за допомогою системи методів управління.

Методи управління – це способи і прийоми впливу суб'єкта управління на об'єкт управління для досягнення певних цілей.

Поняття «функції» і «методи» управління взаємопов'язані між собою, але розрізняються в залежності від ролі, яку вони виконують в управлінні. Функція – це категорія, яка відповідає на питання «що необхідно зробити, щоб управляти?», , тоді як методи дають відповідь на питання «як слід впливати, щоб успішно керувати, за допомогою чого?».

Розрізняють економічні, соціально-психологічні та адміністративні методи управління.

Економічні методи управління – це сукупність способів впливу на об'єкт управління шляхом створення економічних умов, які спонукають працівників підприємства діяти в заданому напрямку і досягати поставлених перед ними завдань. Економічні методи реалізують матеріальні інтереси участі працівників у виробничих процесах. Економічні методи ґрунтуються на використанні матеріальних стимулів: тарифних ставок, посадових окладів, доплат, надбавок, премій, дивідендів, дотацій, компенсацій, пільг.

Соціально-психологічні методи управління – це сукупність способів впливу на міжособистісні відносини і зв'язку, психологічні відносини і соціальні процеси, що складаються трудових колективах. Ґрунтуючись на моральних стимулах до праці, соціально-психологічні методи управління впливають на працівника за допомогою специфічних психологічних прийомів (власний приклад, авторитет). Ці методи спрямовані на дотримання принципу психофізіологічної сумісності в колективі, формуванні сприятливого морально-психологічного клімату, виховання почуття взаємодопомоги і колективізму.

Адміністративні методи управління – це сукупність способів впливу на об'єкт управління, що ґрунтуються на використанні організаційних відносин та адміністративній владі керівника. Адміністративні методи управління ґрунтуються на мотивах примусового характеру. По-перше, це методи прямого впливу, тобто чітко орієнтовані на конкретного виконавця. По-друге, передбачені ними заходи є обов'язковими для виконання. По-третє, вони юридично закріплюються в правових документах підприємства (статут, наказ, положення) або формалізуються в усних розпорядженнях.

Крім того методи управління можна також класифікувати по напрямку впливу на керований об'єкт. За цією ознакою розрізняють методи прямого впливу: накази, розпорядження, інструкції; і методи опосередкованого (непрямого) впливу: методи підбору колективу за різними ознаками, методи формування психологічного клімату в колективі.

3 Організаційні структури управління підприємством [5]

Будь-яке підприємство для реалізації своєї місії і цілей створює організаційну структуру.

Організаційна структура управління підприємством – це форма системи управління, яка відображає склад, взаємозв'язки і підпорядкованість її елементів.

Елементи організаційної структури управління – це підрозділи, відділи, групи та працівники, які виконують певні функції управління відповідно до прийнятого на підприємстві розподілу управлінських завдань і робіт.

Зв'язки між елементами організаційної структури поділяють на вертикальні і горизонтальні, а також на лінійні і функціональні.

За допомогою вертикальних зв'язків вирішуються проблеми влади і підпорядкованості на підприємстві. Вони відображають розподіл повноважень. Вертикальні зв'язки служать каналами передачі розпорядчої і звітної інформації.

Горизонтальні зв'язки – це зв'язки між двома або більше підрозділами або працівниками підприємства, рівними за статусом в ієрархії управління. Їх основне призначення – сприяти ефективній взаємодії підрозділів підприємства.

Лінійні зв'язки – це відносини, в рамках яких керівник реалізує свою владу і здійснює пряме керівництво підлеглими. Вони можуть бути в формі наказу, розпорядження, команди, вказівок.

Функціональні зв'язки виникають в процесі руху інформації та управлінських рішень за функціями управління. Суть функціональних зв'язків полягає в їх обслуговуючому характері. Через функціональні зв'язки реалізується інформаційне забезпечення координації.

Важливими складовими організаційних структур управління виступають комунікації, потоки інформації і документообіг на підприємстві. Організаційна структура – це одночасно і поведінкова система, це люди і їх групи, які постійно вступають в різні взаємини для вирішення спільних завдань.

Розрізняють такі типи організаційних структур управління.

1. Лінійна організаційна структура – це тип структури, побудованої за принципом ієрархії управління, і ґрунтується на безпосередньому підпорядкуванні нижньої ланки управління вищій. При такій структурі підлеглі виконують розпорядження тільки одного свого керівника, який самостійно реалізує всі функції управління у підпорядкованому йому підрозділі підприємства і несе повну відповідальність за результати його діяльності. Схема лінійної організаційної структури управління підприємством наведена на рис. 1.

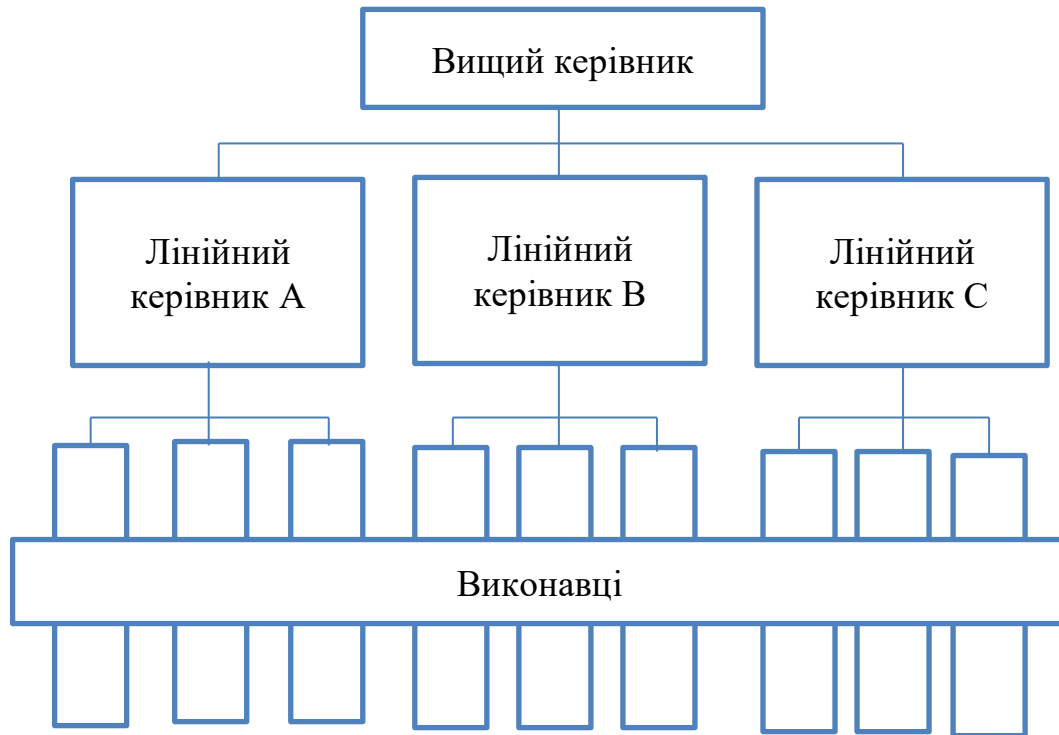


Рисунок 1 – Схема лінійної організаційної структури управління підприємством [5]

Переваги лінійної структури:

- чітка система взаємних зв'язків функцій і підрозділів;
- чітка система єдиноначальності – один керівник зосереджує в своїх руках керівництво всією сукупністю процесів, які мають єдину мету;
- чітко виражена відповідальність;
- швидка реакція виконуючих підрозділів на прямі вказівки вищестоящих;
- зменшення витрат на утримання управлінського апарату.

Недоліки лінійної структури:

- відсутність підрозділів, які займаються питаннями стратегічного планування;
- в роботі керівників усіх рівнів оперативні проблеми домінують над стратегічними;
- тенденція до перекладання відповідальності при розв'язанні проблем, у вирішенні яких беруть участь кілька підрозділів;
- низька гнучкість і пристосованість до зміни ситуації;
- критерії ефективності і якості роботи підрозділів і організації в цілому – різні;
- тенденція до формалізації оцінки ефективності і якості роботи підрозділів приводить, як правило, до виникнення атмосфери страху і роз'єднання;
- велике число проміжних «ступенів управління» між працівниками, які випускають продукцію, і особою які приймають рішення;
- напруженість роботи керівників верхнього рівня;

– пряма залежність результатів роботи організації від кваліфікації, особистих і ділових якостей вищих керівників.

Висновок: в сучасних умовах недоліки структури переважають її переваги. Така структура не знаходить узгодження із сучасною філософією якості.

Тому лінійне управління використовується головним чином на малих підприємствах з найпростішою технологією виробництва і в нижній ланці великих підприємств – на рівні бригади, виробничої дільниці. В останньому випадку інженерне, економічне та юридичне обслуговування бригад і ділянок забезпечується верхнім рівнем адміністрації.

2. Лінійно-штабна організаційна структура управління

Цей вид організаційної структури є розвитком лінійної і покликаний ліквідувати головний її недолік, пов'язаний з відсутністю ланки стратегічного планування. Лінійно-штабна структура аналогічна лінійній структурі, зберігається єдиноначальність, проте в ній введені спеціалізовані підрозділи (штаби), які не наділені правами приймати рішення, а тільки допомагають відповідальному керівнику у виконанні окремих функцій, в першу чергу, функцій стратегічного планування і аналізу.

Таким чином, в лінійно-функціональній структурі для розвантаження вищого керівництва створюється штаб, до складу якого включаються фахівці різних видів діяльності. Всі виконавці підкоряються безпосередньо лінійним керівникам. Повноваження штабних фахівців складаються в підготовці рекомендацій лінійним керівникам або видачі вказівок виконавцям за дорученням лінійного керівника. Функціонування штабу підвищує ступінь оперативного та організаційного реагування. Принципова схема лінійно-штабної оргструктури управління підприємством наведена на рис. 2.

Ця схема використовується на середніх за масштабами підприємствах, а також на великих – в управлінні цехами і відділами.

Переваги лінійно-штабної структури:

- глибша, ніж в лінійній, обробка стратегічних питань;
- незначне розвантаження вищих керівників;
- можливість залучення зовнішніх консультантів і експертів.

Недоліки лінійно-штабної структури:

- недостатньо чіткий розподіл відповідальності, так як особи, що готують рішення не приймають участі в їх виконанні;
- тенденції до понадмірної централізації управління;
- в деякій мірі, притаманні всі недоліки лінійної структури.

Висновок: лінійно-функціональна структура стає проміжним ступенем при переході від лінійної структури до більш ефективних. Структура дозволяє, щоправда, в обмеженій формі, втілювати ідеї сучасної філософії якості.

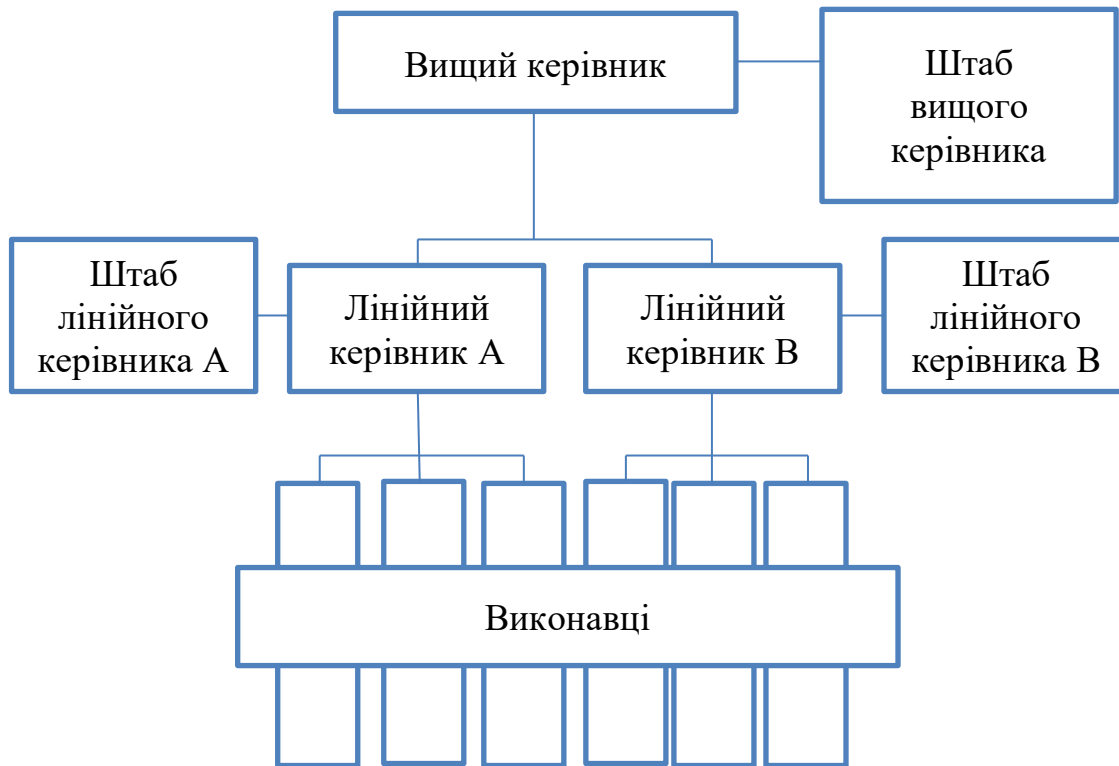


Рисунок 2 – Схема лінійно-штабної організаційної структури управління підприємством [5]

3. Функціональна структура управління. Особливістю цього типу оргструктури є те, що для виконання певних функцій управління створюються окремі управлінські підрозділи, які передають виконавцям обов'язкові для них розпорядження, тобто функціональний керівник в межах своєї сфери діяльності здійснювати керівництво виконавцями.

Основою функціональної структури є поділ функцій управління між окремими підрозділами апарату управління.

Схема функціональної структури управління підприємством наведена на рис. 3.

Тому кожне виробничий підрозділ отримує розпорядження одночасно від кількох керівників функціональних підрозділів. Завдяки спеціалізації функціональних керівників виникає можливість управління великою кількістю виконавців, і таким чином зменшується кількість рівнів управління. В обов'язки вищого керівника входить: регулювання взаємодії між функціональними керівниками.

Наприклад, головний інженер, будучи заступником директора з інженерно-технічним питанням, відповідно до своїх повноважень, від свого імені видає розпорядження з усіх питань, пов'язаних з проектуванням і освоєнням нової продукції, технічним обслуговуванням і переозброєнням виробництва, здійснюючи керівництво технічними службами підприємства. Інший заступник скажімо, по матеріально-технічному забезпеченню підприємства та збуту готової продукції, від імені підприємства укладає договори з постачальниками сировини і

матеріалів і споживачами продукції. В рамках своїх повноважень він не просить особливого на те дозволу в директораті. Такі повноваження можуть передаватися не тільки директором своєму заступнику, а й заступником своїм підлеглим – керівникам відділів і цехів. У цьому випадку виконавці отримують завдання не безпосередньо від директора підприємства, а від керівників функціональних підрозділів або від заступників директора.

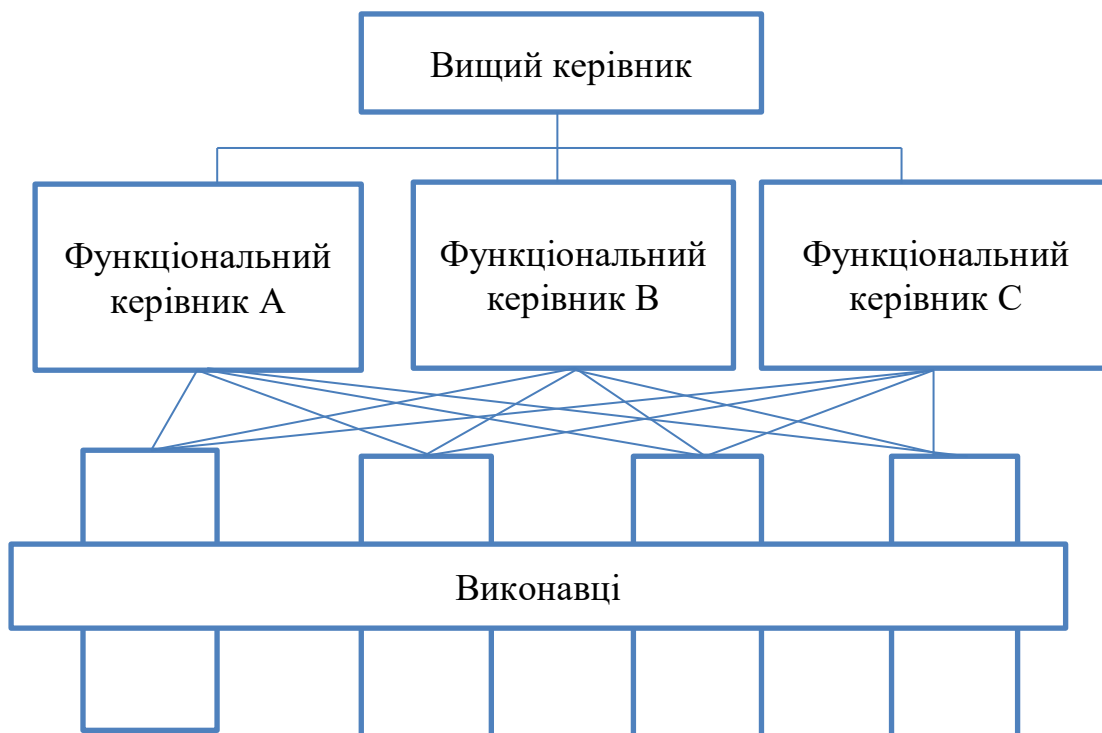


Рисунок 3 – Схема функціональної організаційної структури управління підприємством [5]

Переваги функціональної оргструктури:

- спеціалізація діяльності функціональних керівників;
- скорочення часу проходження інформації;
- зниження навантаження на вище керівництво.

Недоліки функціональної оргструктури:

- можливість отримання виконавцями суперечливих вказівок;
- порушення принципу єдиноначальності (поділ єдності розпорядження і відповідальності);
- складність контролю за виконанням розпоряджень;
- недостатня гнучкість.

Висновок: на великих підприємствах відмовитись від застосування функціональної форми управління неможливо. Тому треба знаходити і усувати недоліки механізму управління, використовувати інформаційні технології.

Лінійно-функціональна організаційна структура управління. Являє собою комбінацію лінійної і функціональної структур. В основу цієї структури покладено принцип поділу повноважень і відповідальності за функціями та прийняттям рішень по вертикалі. Лінійно-функціональна структура дозволяє організувати управління за лінійною схемою, а функціональні підрозділи допомагають лінійним керівникам у вирішенні відповідних управлінських функцій. У цій структурі організації виробництва функціональні керівники мають право безпосередньо впливати на виконавців. При цьому з метою недопущення отримання виконавцями суперечливих вказівок: 1) або вводиться пріоритет вказівок лінійного керівника; 2) або функціональному керівнику передається тільки певна частина повноважень; 3) або функціональному керівнику передається право рекомендацій.

Схема лінійно-функціональної структури управління підприємством наведена на рис. 4.

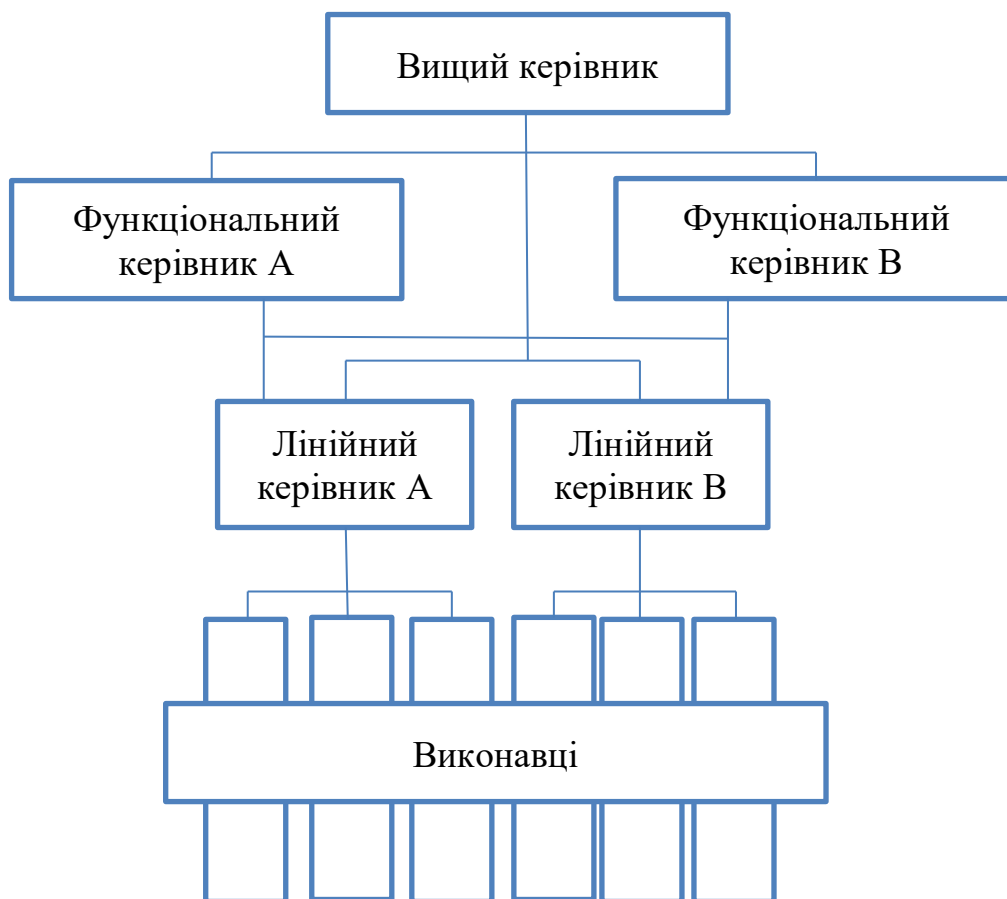


Рисунок 4 – Схема лінійно-функціональної організаційної структури управління підприємством [5]

Переваги лінійно-функціональної структури:

- об'єднує переваги лінійної і функціональної структур;
- забезпечує відносно швидке здійснення управлінських рішень завдяки своїй ієрархічності;

– спеціалізація функціональних керівників.

Недоліки лінійно-функціональної структури:

– складність регулювання взаємовідносин лінійних і функціональних керівників;

– в умовах реорганізації збільшується потік інформації, який призводить до перевантаження керівників;

– така структура не сприяє здійсненню змін в організації.

Висновок. Лінійно-функціональна оргструктура застосовується при вирішенні задач, які постійно повторюються, забезпечуючи максимальну стабільність організації. Вона ефективна для масового виробництва зі стабільним асортиментом продукції при незначних змінах технології виробництва.

Дивізіональна організаційна структура управління. З розширенням розмірів підприємств, диверсифікацією їх діяльності (введенням багатопрофільності), складністю технологічних процесів в умовах середовища, що динамічно змінюється, виникає необхідність нових підходів до організації управління. У зв'язку з цим виникла дивізіональна структура управління і в першу чергу у великих корпораціях, які стали надавати певну самостійність своїм виробничим підрозділам, при цьому за керівництвом корпорації зберігаються функції стратегічного розвитку, наукових досліджень, фінансова, інвестиційна політика тощо. У цьому типі структур зроблена спроба об'єднати централізовану координацію і контроль діяльності з децентралізованим управлінням.

Ключовими фігурами в управлінні організаціями з дивізіональною структурою є вже не керівники функціональних підрозділів, а менеджери, які очолюють виробничі відділення (дивізіони). Структуризація по дивізіонах, як правило, проводиться по одному з критеріїв: по продукції, що виготовляється, – *продуктова спеціалізація*; по орієнтації на певні групи споживачів – *споживча спеціалізація*; за територіальною ознакою – *регіональна спеціалізація*. У нашій країні аналогічні структури управління набули поширення в формі виробничих об'єднань (починаючи з 60-х років минулого століття).

У дивізіональній організаційній структурі групування видів діяльності здійснюється за принципом поділу праці за цілями. Це означає, що навколо певного виробництва формується організаційний підрозділ з автономією у здійсненні своєї повсякденної операційної діяльності.

Перехід до дивізіональної організаційної структури означає подальший розподіл управлінської праці, яке проявляється в децентралізації оперативних функцій управління, які передаються виробничим підрозділам та централізації загальнокорпоративних функцій управління (фінансова діяльність, розробка стратегії тощо), сконцентровані на вищому рівні управління в штаб-квартирі компанії.

Таким чином, при дивізіональній структурі кожний виробничий підрозділ корпорації (концерну) має власну досить розгалужену структуру

управління, яка забезпечує автономне його функціонування. Одні тільки стратегічні функції управління централізовано на корпоративному рівні.

Схема дивізійної управління підприємством наведена на рис. 5.

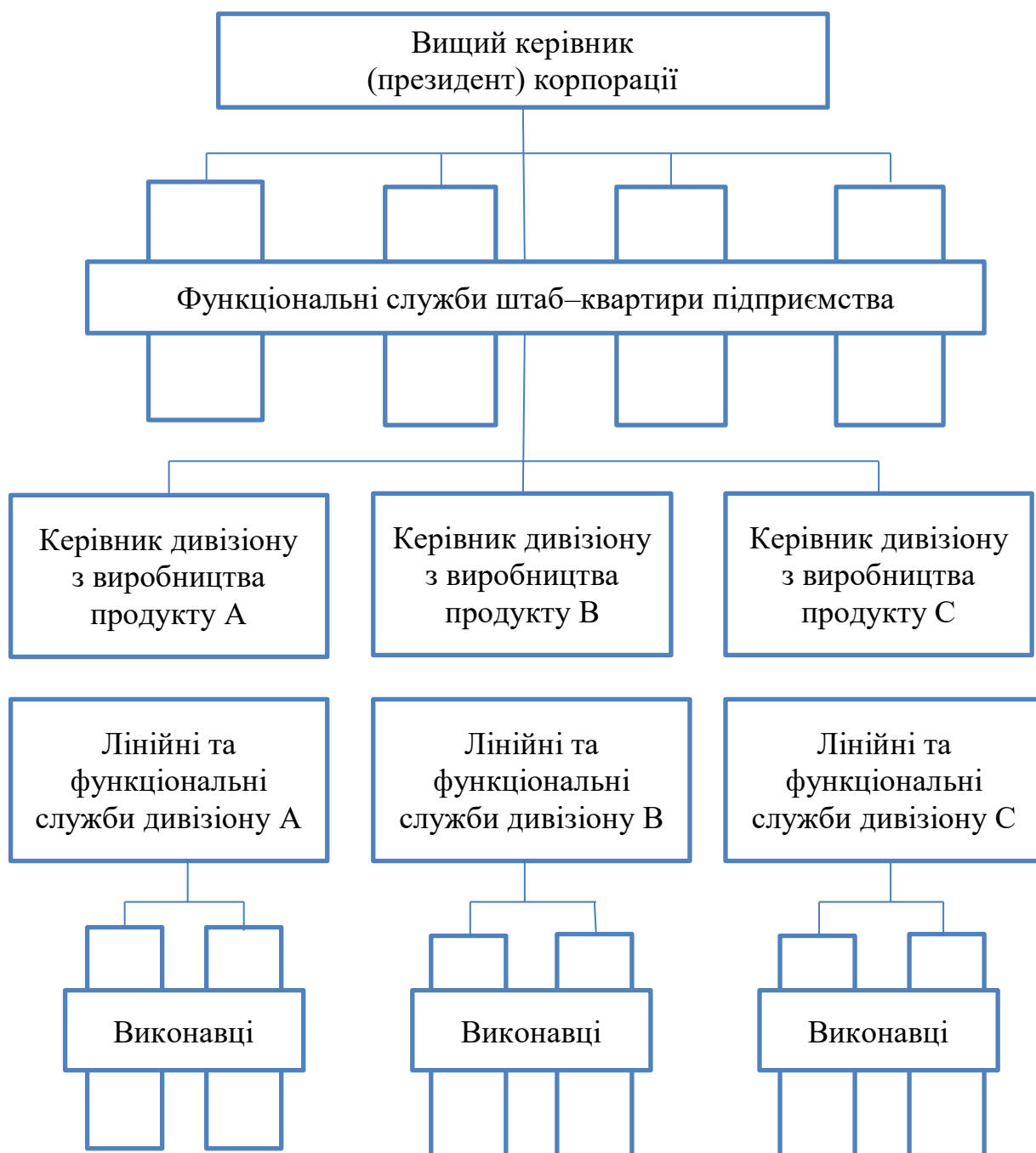


Рисунок 5 – Схема продуктової дивізійної організаційної структури управління підприємством [5]

Переваги дивізійної оргструктури:

- невторчання в оперативну діяльність виробничих підрозділів;
- можливість для вищого керівництва сконцентруватися на вирішенні стратегічних проблем;

- підвищення якості прийнятих рішень (завдяки наближенню до місця виникнення проблеми);
- внутріфірмова конкуренція;
- можливість управління багатопрофільними підприємствами із загальною кількістю працівників близько сотні тисяч людей і територіально віддаленими підрозділами;
- забезпечує високу гнучкість і швидку реакцію на зміни в оточенні підприємства в порівнянні з лінійною та лінійно-штабною;
- при розширенні меж самостійності відділень вони стають «центрами отримання прибутку», що стимулює їх до зростання ефективності та якості виробництва;
- тісніший зв'язок виробництва і споживача.

Недоліки дивізійної організації:

- дублювання функцій управління на рівні підрозділів;
- зростання витрат на утримання апарату управління;
- велика кількість «поверхів» управлінської вертикалі (між робітниками і керівництвом підрозділу – 3 і більше рівнів управління, між робітниками і керівництвом компанії – 5 і більше рівнів);
- роз'єднання штабних структур підрозділів і штабів компанії;
- основні зв'язки – вертикальні, тому залишаються загальні для ієрархічних структур недоліки – тяганина, перевантаженість управлінців, недостатня взаємодія при вирішенні питань суміжних підрозділів тощо.
- дублювання функцій на різних «поверхах» управління;
- в підрозділах, як правило, зберігається лінійна або лінійно-штабна структура з усіма її недоліками.

Висновок. Дивізійна організаційна структура відповідає умовам динамічного середовища та організаціям з великою кількістю виробництв, життєвий цикл яких досить тривалий. При даній структурі можна впровадити більшу частину ідей сучасної філософії якості.

Матрична структура управління.

Матрична організаційна структура з'явилася як відповідь на підвищення ступеня динамічності (змінності) середовища функціонування фірм. Особливістю оргструктур в такому середовищі є високий ступінь адаптивності. Це можна забезпечити за рахунок тимчасового характеру функціонування структурних одиниць.

У матричній організаційній структурі крім традиційних функціональних підрозділів, які функціонують постійно, формуються так звані проєктні групи як тимчасові колективи. Проєктні групи відповідають за розробку нових видів продукції або проєктів. Учасники проєктних груп залишаються членами своїх функціональних підрозділів і повертаються в підпорядкування своїх функціональних керівників після розформування своєї проєктної групи.

Таким чином, в матричній організаційній структурі управління поряд з лінійними керівниками підприємства і раціональним апаратом управління виокремлюють (формуєть) ще й тимчасові предметно-

спеціалізовані ланки – проектні групи. Проектні групи складаються з фахівців постійно функціонуючих відділів, які тільки тимчасово підпорядковуються керівнику проекту. Після завершення робіт над проектом вони повертаються в свої функціональні підрозділи. Керівник проекту виконує роль лінійного керівника по відношенню до спеціалістів проектної групи. Одночасно він є функціональним керівником по відношенню до виробничих підрозділів підприємства, які забезпечують реалізацію проекту.

Головна особливість матричних структур – це їхня винятково висока гнучкість і орієнтація на нововведення.

Схема матричної організаційної структури управління підприємством наведена на рис. 6.

Переваги матричної структури:

- високий ступінь адаптації до змін у середовищі функціонування;
- наявність ефективних механізмів координації між великою кількістю складних і взаємопов'язаних проектів.

Недоліки матричної структури:

- обмежена сфера застосування;
- збільшення чисельності управлінського персоналу;
- зростання кількості інформаційних зв'язків між працівниками підрозділів;

– виникнення конфліктів на основі «боротьби за владу» між функціональними керівниками і керівниками проектів.

Висновок. Використання матричної організаційної структури управління є виправданим на підприємствах, які об'єднують велику кількість виробництв з коротким життєвим циклом продукції, і в основному тільки за умови високо динамічного ринкового середовища.

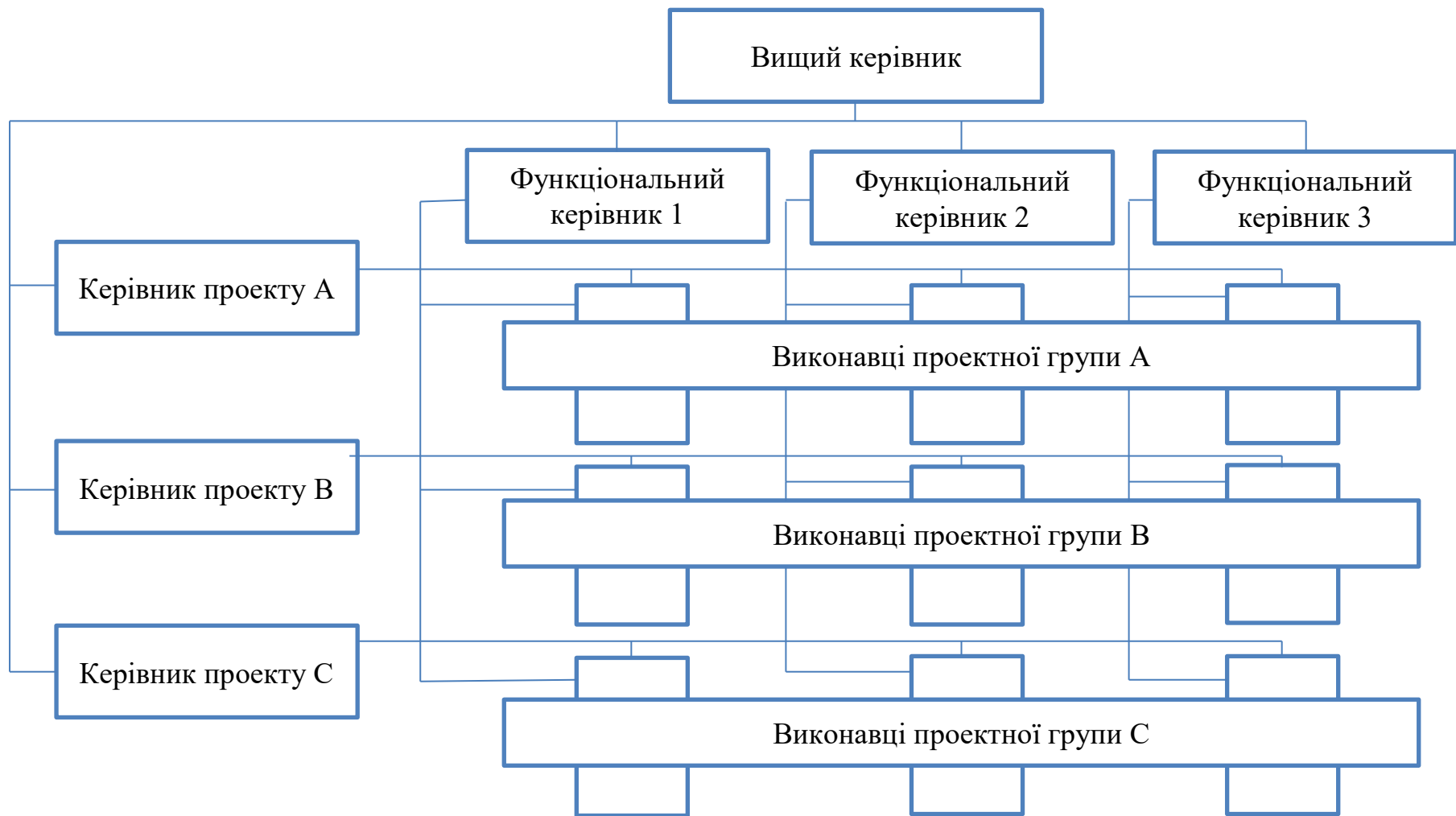


Рисунок 6 – Схема матричної організаційної структури управління підприємством [5]

ТЕСТИ

У якому з наведених значень розкрито зміст поняття «підприємство»?

1. Самостійний суб'єкт господарювання, створений для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому чинним законодавством.

2. Самостійна статутна організація, що утворюється на засадах угоди та рівноправності з метою представництва і захисту законних інтересів роботодавців.

3. Самостійна систематична господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання, спрямована на досягнення економічних, соціальних та інших результатів.

Який з названих принципів не відноситься до принципів підприємницької діяльності?

1. Самоокупність та самофінансування
2. Вільний найм підприємцем працівників
3. Максимально можливе використання власного часу підприємцем
4. Вільне розпорядження прибутком, що залишається у підприємця

Яка з наведених характеристик не є ознакою підприємства?

1. Фінансово-економічна самостійність
2. Виробничо-технічна єдність
3. Єдність з конкурентами у боротьбі за споживача
4. Організаційно-соціальна єдність

Які установчі документи розробляють при створенні підприємства?

1. Статут
2. Рішення про створення підприємства
3. Штатний розклад підприємства

Що підтверджує набуття підприємством прав юридичної особи?

1. Відкриття рахунків в установах банків
2. Статут та установчий договір
3. Свідоцтво про державну реєстрацію

Товариство, що має статутний фонд, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами, право володіння ними не підтверджується акціями, і відповідальність за зобов'язаннями несеється тільки в розмірах свого майна – це:

1. Повне товариство
2. Товариство з додатковою відповідальністю

3. Командитне товариство
4. Товариство з обмеженою відповідальністю
5. Акціонерне товариство

Товариство, усі учасники якого займаються спільною підприємницькою діяльністю і несуть солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном, яке їм належить – це:

1. Товариство з обмеженою відповідальністю
2. Повне товариство
3. Товариство з додатковою відповідальністю
4. Командитне товариство
5. Акціонерне товариство

Товариство, статутний фонд якого розділений на частини, розмір яких регламентується установчими документами, учасники товариства відповідають за його боргами своїми внесками до статутного фонду, а за недостатністю цих сум – додатково належним їм майном в розмірі, кратному розмірі до внеску кожного учасника – це:

1. Товариство з обмеженою відповідальністю
2. Повне товариство
3. Товариство з додатковою відповідальністю
4. Командитне товариство
5. Акціонерне товариство

Товариство, в якому разом з одним або кількома учасниками, які здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном, є один або кілька учасників, відповідальність яких обмежується вкладом у майні товариства – це:

1. Товариство з обмеженою відповідальністю
2. Повне товариство
3. Товариство з додатковою відповідальністю
4. Командитне товариство
5. Акціонерне товариство

Підприємницька діяльність, спрямована на виробництво товарів, продуктів, надання послуг і виконання робіт – це:

1. Комерційне підприємництво
2. Фінансове підприємництво
3. Виробниче підприємництво
4. Консалтингове підприємництво

У цьому виді підприємництва основою виступають товарно-грошові, торговельно-обмінні операції. Представниками такого підприємництва є торговельні організації і товарні біржі, що продають предмети споживання та засоби виробництва – це:

1. Виробниче підприємництво
2. Комерційне підприємництво
3. Фінансове підприємництво
4. Консалтингове підприємництво

У цьому виді підприємництва об'єктом купівлі–продажу виступає специфічний товар – гроші, валюта, цінні папери. Агентами цього підприємництва виступають комерційні банки, інвестиційні компанії та інвестиційні фонди, фондові біржі, страхові фірми – це:

1. Виробниче підприємництво
2. Комерційне підприємництво
3. Фінансове підприємництво
4. Консалтингове підприємництво

Підприємництво, що відбувається в формі експертного, процесного і навчального консультування – це:

1. Виробниче підприємництво
2. Комерційне підприємництво
3. Фінансове підприємництво
4. Консалтингове підприємництво

Головним атрибутом такого товариства є цінний папір – акція, який свідчить про пайову участь у статутному фонді товариства; підтверджує членство в ньому і право на участь в управлінні ним; дає учаснику товариства право на одержання частини прибутку у вигляді дивідендів та участь у розподілі майна у разі ліквідації товариства – це:

1. Товариство з обмеженою відповідальністю
2. Повне товариство
3. Товариство з додатковою відповідальністю
4. Командитне товариство
5. Акціонерне товариство

Товариство, що може здійснювати публічне та приватне розміщення акцій – це:

1. Товариство з обмеженою відповідальністю
2. Повне товариство
3. Товариство з додатковою відповідальністю
4. Командитне товариство
5. Публічне акціонерне товариство
6. Приватне акціонерне товариство

Товариство, що може здійснювати тільки приватне розміщення акцій – це:

1. Товариство з обмеженою відповідальністю
2. Повне товариство
3. Товариство з додатковою відповідальністю
4. Командитне товариство
5. Публічне акціонерне товариство
6. Приватне акціонерне товариство

Підприємництво – це:

1. Діяльність з виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності в порядку, встановленому законодавством
2. Діяльність з укладання довгострокових фінансових комерційних угод
3. Діяльність з виконання економічних функцій незареєстрованої господарської одиниці

До виробничого підприємництва не належать такі види діяльності:

1. Виробництво товарів
2. Виробництво засобів виробництва
3. Надання фінансових послуг
4. Надання консультацій

Поділ підприємств на види доцільно здійснювати для:

1. Обрання найкращого місця розташування підприємства
2. Виокремлення специфічних характеристик окремих видів підприємств внаслідок проведення логічного поділу підприємства як загального явища на окремі складові
3. Визначення обсягів необхідних капіталовкладень у створення підприємства
4. Визначення найбільш ефективного працюючого підприємства

Підприємство, яке засноване на власності відповідної територіальної громади – це:

1. Приватне
2. Державне
3. Комунальне
4. Національне

Підприємство, у статутному фонді якого не менше 10% складають іноземні інвестиції, визначається як підприємство:

1. З іноземними інвестиціями
2. Іноземне
3. Національне

У залежності від мети і характеру діяльності організації розрізняють:

1. Комерційні і некомерційні
2. Національні, закордонні, спільні
3. Одноособні, господарські товариства, акціонерні підприємства
4. Виробничі, торговельні, фінансові, побутове обслуговування

Тема 2 Виробництво продукції. Поняття і обґрунтування виробничої програми підприємства. Якість і конкурентоспроможність продукції. Прогнозування та планування діяльності підприємства (Лекційні заняття – 2 години)

Лекція 5. Ринок продукції (послуг). Показники обсягу продукції (послуг)

План лекції

- 1 Товар та товарний ринок: поняття та класифікація
 - 2 Показники обсягу продукції (послуг)
 - 3 Поняття і обґрунтування виробничої програми підприємства
- Завдання на самостійну роботу студента
- 1 Ринок: сутність, функції, форми і структура
 - 2 Поняття маркетингу, його концепції та різновиди
 - 3 Система маркетингу та маркетингова діяльність підприємства
 - 4 Товарна політика підприємства: сутність та складові
 - 5 Життєвий цикл товару
 - 6 Формування та управління асортиментом товарів
 - 7 Бренд: поняття, технологія створення та розвитку
 - 8 Інструменти створення іміджу товару на ринку
 - 9 Якість і конкурентоспроможність продукції
 - 10 Прогнозування та планування розвитку підприємства

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник/* за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ,2009. 816 с.
2. *Економіка підприємства : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти /* Н. Ю. Рекова, Є. О. Підгора, В. В.Ровенська, В. С. Рижиков, О. В. Латишева, І. Ю. Єрфорт, Т. П. Гітис, І. І. Смирнова, С. В. Касьянюк. Краматорськ : ДДМА, 2021. 248 с.
URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Ekonomika%20pidpriemstva_Pidgora_2%20\(2\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Ekonomika%20pidpriemstva_Pidgora_2%20(2).pdf).

1 Товар та товарний ринок: поняття та класифікація

Основою економіки кожної держави є ринок продукції і послуг – **товарний ринок**. Об'єктом товарного ринку є товар, а суб'єктами – виробники і споживачі, продавці і покупці [5].

Товар (англ., commodity, goods) – це продукт праці (виріб, послуга), призначений для продажу, що задовольняє певні потреби підприємств (організацій) або населення [5].

У процесі виробництва людина взаємодіє з певними засобами виробництва і створює конкретні матеріальні блага. Тобто ці матеріальні блага є продуктом праці або споживною вартістю, частиною природи, пристосованою людиною за допомогою знарядь праці до своїх потреб. Результат праці матеріалізується у вигляді конкретного продукту (продукції, виробу).

Природно, що в промисловому виробництві результатом (продуктом) праці є продукція, на підприємствах транспорту - певний обсяг виконаних робіт (перевезений вантажів або пасажирів на ту чи іншу відстань), а в відділеннях банків - надані юридичним або фізичним особам послуги).

Найбільш повний перелік товарів, які є результатом людської праці і використовуються в торговельному обороті, містить Гармонізована система опису та кодування товарів (Harmonized Commodity Description and Coding System). Вона була прийнята Радою митного співробітництва на основі Конвенції про Гармонізовану систему опису та кодування товарів, яка вступила в силу в 1988 р. Гармонізована класифікація товарів створена для контролю за їх обміном, переміщенням через кордон митних територій у процесі зовнішньої торгівлі [5].

Маркетологи виділяють п'ять груп товарів.

Відповідно до найбільш загальної класифікації всі товари ділять на такі групи:

- сільськогосподарська сировина та продовольство;
- паливо, мінеральна сировина та метали;
- хімічні продукти;
- машини, устаткування, транспортні засоби;
- промислові товари народного споживання.

Залежно від типу споживачів розрізняють товари індивідуального споживання (споживчі товари) і товари виробничого призначення, а також відповідні їм ринки.

Товари індивідуального споживання (споживчі товари) призначені для задоволення особистих (індивідуальних) потреб. Ринок споживчих товарів орієнтований на масового споживача, множинну конкуренцію, його структура в більшій мірі децентралізована. На цьому ринку переважають стандартні товари та багатоступінчасті канали товаропросування.

Споживчий ринок в Україні складається з чотирьох основних сегментів: перший – організований (врахований органами статистики, включаючи приватних підприємців, що торгують на речових ринках); другий – продовольчий; третій – речовий; четвертий – продовольчо-приватний.

Товари виробничого призначення використовуються підприємствами, фірмами, організаціями. Це всіляке технологічне устаткування, будівельно-дорожня техніка, транспортні машини загального користування, паливно-сировинні товари та ін. Ринок товарів виробничого призначення має характерні параметри в залежності від структури, типу споживання, мотивації покупок, каналів руху товарів, важливістю вимог до сервісу. Маркетинг товарів виробничого призначення орієнтований на прогресивні види продукції (машини, устаткування) з урахуванням їх морального старіння в процесі реалізації, транспортування, установки [5].

Послуга – це продукт праці, виражений у вигляді споживчої вартості, корисного ефекту, що задовольняє будь-яку людську потребу незалежно від її природи.

Послуга має ряд особливостей, які позначаються на її маркетингу: неможливість випробування послуги заздалегідь (до її придбання); зміна її якості в часі; невіддільність від постачальника; неможливість накопичення результатів послуг.

Класифікація послуг передбачає їх поділ залежно від: **способу використання** – послуги що надаються машинами чи людьми; **присутність клієнта** – ті, що обов'язково потребують присутності клієнта, та ті, що надаються без присутності клієнта; **мотиву отримання** – послуги для задоволення особистих чи ділових потреб; **мотивів постачальника** – комерційні та некомерційні послуги; **форми надання** – індивідуальні та масові послуги; **матеріальності форми** – відчутні та невідчутні послуги [5].

Ринок товарів (товарний ринок) – це сфера обороту товару однієї споживчої вартості, в межах якої визначається монопольне становище.

Товарний ринок – це розвинений інтегрований ринок, елементами якого виступають ринки споживчих і виробничих товарів, послуг, який забезпечує функціонування економіки в сфері виробництва, обміну і споживання.

Товарний ринок може бути роздрібним та оптовим.

Роздрібний ринок – це ринок покупців, що купують товари та послуги вроздріб, тобто поштучно, в основному для особистого споживання.

Оптовий ринок – це ринок підприємств, окремих підприємців і організацій, що купують товари та послуги оптом, тобто значними партіями, для їх подальшого використання у процесі виробництва, перепродажу або перерозподілу.

2 Показники обсягу продукції (послуг)

Виготовлена продукція, виконана робота або надана послуга є товаром, котрий має не лише споживну, а й мінову вартість. Планування та облік товарів здійснюється в натуральних (фізичних) і вартісних (грошових) вимірниках.

Ступінь потреб ринку можна охарактеризувати виходячи насамперед з показників обсягу товарів певної номенклатури й асортименту в натуральному вигляді.

Номенклатура продукції – це систематизований перелік найменувань окремих видів продукції, завдання з випуску яких передбачено планом виробництва продукції (зошити, записні книжки, шафи, столи, стільці, ліжка).

Асортимент – це склад, різновид, набір видів продукції, товарів, послуг кожного найменування, що виготовляються в виробництві, які різняться за техніко-економічними показниками (за типорозмірами, потужністю, продуктивністю, дизайном тощо) в рамках даної номенклатури (зошити в клітинку, лінію, тижневики).

Вимірниками продукції в натуральному вираженні є конкретні *фізичні одиниці* – штуки, тони, метри тощо. У практиці планування та обліку обсягу продукції іноді використовують *умовно-натуральні* (наприклад, умовні банки консервів, умовні листи шиферу, умовні штуки цегли) і *подвійні натуральні* показники (наприклад, виробництво сталевих труб може вимірюватися тонами та метрами, тканин – погонними і квадратними метрами) [5].

Обсяг продукції у вартісному вираженні визначається показниками товарної, валової, чистої продукції.

Товарна продукція – це вартісний показник, що дає змогу визначити загальний обсяг виробництва підприємства як суму обсягів виробництва різних видів продукції, напівфабрикатів, робіт і послуг виробничого характеру, призначених для реалізації різним споживачам. Товарна продукція приймає участь в обчислюванні низки макроекономічних та узагальнюючих похідних показників розвитку національної економіки [5].

$$ТП = ГП + НФ_{в.в}^{p.c} + П_{п.х}^{p.c}, \quad (1)$$

де ТП – товарна продукція у вартісному вираженні, грн;

ГП – сума обсягів готових виробів для реалізації споживачам, грн;

$НФ_{в.в}^{p.c}$ – напівфабрикати власного виробництва, призначені для реалізації споживачам, грн;

$П_{п.х}^{p.c}$ – послуги промислового характеру, які реалізуються споживачам, грн.

Показник **валової продукції**, окрім елементів, які входять до складу товарної продукції, включає також зміну залишків незавершеного виробництва на початок і кінець розрахункового періоду, вартість напівфабрикатів для власного споживання та вартість послуг промислового характеру для власного споживання.

$$ВП = ТП + НФ_{в.в}^{в.с} + П_{п.х}^{в.с} + НЗВ_{к.р} - НЗВ_{п.р}, \quad (2)$$

де ВП – валова продукція, грн;

$НФ_{в.в}^{в.с}$ – напівфабрикати власного виробництва, призначені для власного споживання, грн;

$П_{п.х}^{в.с}$ – послуги промислового характеру, призначені для власного споживання, грн;

$НЗВ_{к.р}$ – вартість незавершеного виробництва на кінець року, грн;

$НЗВ_{п.р}$ – вартість незавершеного виробництва на початок року, грн.

Вираз $(НЗВ_{п.р} - НЗВ_{к.р})$ називають зміною обсягів незавершеного виробництва.

З метою повнішої характеристики динаміки виробництва продукції та показників її ефективності (передовсім продуктивності праці) здійснюють розрахунок чистої продукції. За вихідну базу її обчислення беруть обсяг товарної продукції, з вартості якої виключають витрати на матеріали і суму амортизаційних відрахувань, тобто вартість так званої уречевленої праці, елімінуючи вплив останньої на величину загальної вартості продукції, що її виробляє підприємство. За економічним змістом показник чистої продукції відбиває додану вартість і завдяки цьому характеризує результат використання саме власного трудового потенціалу конкретного підприємства [5].

$$ЧП = ТП - М - А, \quad (3)$$

де ЧП – чиста продукція, грн;

М – витрати на матеріали для виробництва продукція, грн;

А – сума амортизаційних відрахувань за звітний період, грн.

Проте міру задоволення ринкового попиту на ту чи іншу продукцію відбиває не обсяг її виробництва в натуральному й вартісному вираженні, а обсяг фактично реалізованих (проданих) товарів.

Плановий (очікуваний) показник **реалізованої продукції** визначають виходячи з передбаченого виробничою програмою підприємства на відповідний рік обсягу товарної продукції з урахуванням зміни залишків нереалізованої продукції на початок і кінець розрахункового періоду, а фактичний – після оплати споживачем (замовником) вартості продукції та надходження відповідних грошових сум на банківський рахунок підприємства.

$$РП = ТП + (З_{п.р} - З_{к.р}), \quad (4)$$

де $Z_{п.р}$, $Z_{к.р}$ – залишки готової нереалізованої продукції на складі підприємства відповідно на початок і кінець року, грн.

Вираз $(Z_{п.р} - Z_{к.р})$ називають зміною залишків готової продукції на складі підприємства.

3 Поняття і обґрунтування виробничої програми підприємства

Для постійного і повного задоволення потреб ринку здійснюється планування виробництва продукції (послуг) у натуральних і вартісних вимірниках. Проте міру задоволення ринкового попиту на продукцію відбиває не обсяг її виробництва, а обсяг фактично реалізованих виробів. Тобто центральне місце в процесі планування виробництва та реалізації продукції (послуг) відводиться принципам задоволення платоспроможного попиту.

Визначальним орієнтиром для функціонування будь-якого підприємства є план його діяльності і розвитку, складовою якого є виробнича програма. Виробнича програма відображає основні напрямки та завдання розвитку виробничої системи підприємства в плановому періоді, його виробничо-господарські зв'язки з іншими підприємствами, профіль і ступінь спеціалізації виробництва і формується для узгодження потреб ринку і можливостей виробничого потенціалу.

Виробнича програма (план виробництва продукції) – це конкретна сукупність завдань за обсягом виробництва продукції певної номенклатури і асортименту, а також відповідної якості, на певний календарний період (місяць, квартал, рік, кілька років).

Виробнича програма є основою для розрахунків планів виробничих підрозділів підприємства і тісно пов'язана з маркетинговою діяльністю, фінансовим планом, планом витрат виробництва, прибутком і рентабельністю.

Приклад форми документа «План виробництва і реалізації продукції (виробнича програма)» представлено в табл. 1.

Таблиця 1 – Приклад форми документа «План виробництва і реалізації продукції (виробнича програма)»

Виробнича програма на _____ рік в цінах _____ року

Найменування продукції	Замовник	Номер договору	Одиниця виміру	Кількість продукції у натуральному вираженні					Товарна продукція, тис. грн					
				Всього	I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.	Всього	I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.	

Зазвичай, **виробнича програма містить три складові:**

1. План виробництва продукції в натуральному вираженні – встановлюється обсяг випуску продукції відповідної якості по номенклатурі і асортименту в фізичних одиницях виміру (шт., , м). Він визначається виходячи з повного і найкращого задоволення попиту споживачів і досягнення максимального використання виробничих потужностей.

2. План виробництва продукції у вартісному вираженні в показниках валової, товарної, чистої і реалізованої продукції.

3. План реалізації продукції в натуральному і вартісному вираженні. Він складається виходячи з укладених договорів на поставку продукції, а також напівфабрикатів, вузлів, деталей за договорами кооперації з іншими підприємствами, а також власної оцінки ємності ринку.

Виробнича програма включає наступні основні розділи (субплани):

- 1) виробництво продукції підприємства;
- 2) випуск продукції на експорт;
- 3) підвищення якості продукції;
- 4) реалізація продукції.

План виробництва товарної (валової) продукції включає формування показників обсягу товарної і валової продукції. Головним завданням при складанні плану виробництва є підтвердження розрахунками, що виробництво здатне реально випускати необхідну кількість товарів в необхідний термін і з необхідною якістю. У плані вказується склад устаткування, постачальники сировини, матеріалів, комплектуючих виробів, умови поставки за ціною, кількістю та якістю.

План випуску продукції на експорт містить показники обсягів випуску продукції підприємства, що відповідає вимогам її поставок на експорт на умовах контрактних угод і договорів.

План підвищення якості продукції включає показники оновлення асортименту і споживчих властивостей продукції, обумовлені вимогами міжнародних та вітчизняних стандартів якості, нововведеннями і динамікою розвитку виробництва.

План реалізації продукції містить показники обсягів реалізації продукції підприємства конкретним покупцям, виявленим в процесі маркетингового дослідження ринку.

Ключовими завданнями розробки виробничої програми є:

- підвищення якості, надійності, поліпшення дизайну виробів з урахуванням попиту, а також дій конкурентів;
- забезпечення високих і стійких темпів зростання випуску продукції як у вартісному, так і в натуральному вимірі;
- найбільш повне використання виробничих потужностей і ресурсного потенціалу підприємства;
- формування номенклатури та асортименту виробів відповідно до стадії їх життєвого циклу.

Підприємства формують виробничу програму самостійно на основі: виявленого в процесі вивчення ринку споживчого попиту; портфеля замовлень (договорів) на продукцію і послуги; державних замовлень і власних потреб; прогнозу можливостей укладення нових угод і обсягу збуту; розрахунку виробничої потужності підприємства і прогнозу зростання ступеня її використання; даних про рівень забезпеченості потреб підприємства в основних ресурсах; показників обсягів і вартості аналогічної продукції підприємств–конкурентів; прогнозу собівартості і її відповідності ринковим цінам.

Вихідними даними для розробки виробничої програми також є:

- профільні види діяльності підприємства з виробництва та реалізації продукції (робіт, послуг);
- дані про попит на продукцію (послуги) підприємства;
- результати фактичного виконання виробничої програми за попередні періоди;
- відомості про рекламачії, зауваження щодо якості продукції за попередній період;
- частка продукції за рівнем якості в загальному обсязі її випуску в попередньому періоді;
- дані про обсяги реалізації продукції за попередні періоди в розрізах за місяць, квартал;
- розрахунки виробничої потужності підприємства;
- прогресивні техніко-економічні норми і нормативи;
- обґрунтовані рішення управлінських органів підприємства про стратегічні перспективи її розвитку.

Розробка виробничої програми здійснюється на більшості підприємствах в три етапи:

- 1) складання річного виробничого плану для всього підприємства;
- 2) визначення або уточнення на основі виробничої програми пріоритетних цілей на плановий період;
- 3) розподіл річного плану виробництва за окремими структурними підрозділами підприємства або виконавцям.

Виробнича програма підрозділів основного виробництва – це сукупність продукції певної номенклатури і асортименту, яка повинна бути виготовлена в плановому періоді у визначених обсягах відповідно до попиту, спеціалізації і виробничої потужністю цих підрозділів.

З метою чіткого узгодження виробничі завдання цехам в натуральному вираженні розробляються в порядку, зворотному до послідовності технологічного процесу, тобто від випускних (складальних) цехів до механообробних і далі до початкового етапу – заготівельних цехів.

Загальний обсяг продукції підрозділів розраховується в різних вимірниках залежно від конкретних умов виробництва і діючої системи планування, обліку і оцінки їх діяльності. Для визначення динаміки обсягу випуску продукції, продуктивності, фонду заробітної плати тощо.

Найбільш вдалим є натуральний показник. Але його застосування можливе лише в однономенклатурному вузькоспеціалізованому виробництві, яке має обмежену сферу застосування. У багатономенклатурному виробництві необхідні універсальні вимірники, здатні зробити порівнянними різні вироби і звести їх в загальний обсяг.

Універсальним, загальним вимірником обсягу продукції є ціна. Досить часто вона і використовується для визначення обсягу продукції підрозділів підприємства: у підрозділах, що виготовляють готову продукцію на ринок, – ринкові ціни, у внутрішньокоопераційних підрозділах – трансфертні ціни.

На практиці в багатономенклатурному виробництві і для проміжних цехів (ділянок) досить широко обсяг продукції (виконання робіт) вимірюється в нормованому часі на її виготовлення – в норма-годинах. Нормований час як вимірник обсягу продукції застосовується передусім у внутрішньокоопераційних цехах технологічної спеціалізації, а також на виробничих ділянках і в бригадах. Позитивна сторона цього показника – його простота і доступність. На всі деталі, комплекти, вироби є норма часу, і будь-яких спеціальних обчислень не треба. Динаміка обсягу виробництва в цьому випадку відповідає трудомісткості продукції, що спрощує формування фонду оплати праці. Разом з тим вимірювання обсягу виробництва в норма-годинах має недоліки. Основні з них такі: по-перше, в разі застосування цього вимірника не видно залежності обсягу виробництва від складності праці; по-друге, при існуючому методі нормування враховуються, як правило, витрати праці лише основних виробничих робітників, переважно на відрядній оплаті праці, частка яких знижується внаслідок механізації та автоматизації виробництва; по-третє, можуть бути спотворення в динаміці обсягу виробництва за різної напруженості норм на окремі операції та деталі. Тобто, вказаний показник не можна вважати достатньо обґрунтованим.

Запроєктовану і відображену в плані підприємства виробничу програму необхідно економічно обґрунтувати, тобто узгодити з необхідними виробничими потужностями цього підприємства, трудовими, матеріальними та інвестиційними ресурсами. Економічне обґрунтування виробничої програми підприємства з точки зору її забезпечення необхідними трудовими, матеріальними та інвестиційними ресурсами в цілому зводиться до визначення загальної потреби в них та ефективного їх використання.

ТЕСТИ

Товарна продукція не включає:

1. готову продукцію, напівфабрикати, що виготовлені для власних потреб;
2. готову для реалізації продукцію;
3. роботи та послуги промислового характеру, виконані для інших

підприємств;

4. запчастини та напівфабрикати для реалізації на сторону;

Для розрахунку обсягу валової продукції не треба знати:

1. зміну залишків готової продукції на складі;
2. обсяг товарної продукції;
3. зміну обсягів незавершеного виробництва;
4. обсяг випуску продукції для внутрішньозаводського споживання (інструменти, оснащення, запчастини);

Чиста продукція – це:

1. новостворена підприємством вартість;
2. продукція, що виготовлена тільки з матеріалів і напівфабрикатів цього підприємства;
3. продукція, що виготовлена понад державне замовлення;

При визначенні обсягу реалізованої продукції НЕ беруть до уваги:

1. зміну обсягів незавершеного виробництва;
2. зміну залишків готової продукції на складі;
3. обсяг товарної продукції;

Номенклатура продукції підприємства – це:

1. співвідношення випуску окремих виробів у їх загальному обсязі;
2. систематизований перелік найменувань окремих видів продукції, завдання з випуску яких передбачено планом виробництва продукції;
3. обсяг виробництва продукції у натуральних, вартісних і трудових показниках;

Асортимент продукції підприємства – це:

1. обсяг виробництва продукції у натуральних, вартісних і трудових показниках;
2. склад, різновид, набір видів продукції, товарів, послуг кожного найменування, що виготовляються в виробництві, які різняться за техніко-економічними показниками (за типорозмірами, потужністю, продуктивністю, дизайном тощо);
3. співвідношення випуску окремих виробів у їх загальному обсязі;

Обсяг випуску продукції у вартісному вираженні, що дозволяє визначити загальний обсяг виробництва підприємства як суму обсягів виробництва різних видів продукції, напівфабрикатів, робіт і послуг виробничого характеру, призначених для реалізації різним споживачам – це:

1. товарна продукція;
2. валова продукція;
3. реалізована продукція;
4. чиста продукція;

Обсяг випуску продукції у вартісному вираженні, який окрім елементів, які входять до складу товарної продукції, включає також зміну залишків незавершеного виробництва протягом розрахункового періоду, вартість напівфабрикатів для власного споживання та вартість послуг промислового характеру для власного споживання – це:

1. товарна продукція;
2. валова продукція;
3. реалізована продукція;
4. чиста продукція;

Обсяг товарної продукції, з вартості якої виключають витрати на матеріали і суму амортизаційних відрахувань – це:

1. товарна продукція;
2. валова продукція;
3. реалізована продукція;
4. чиста продукція;

Обсяг продукції у вартісному вираженні, який визначають виходячи з передбаченого виробничою програмою підприємства на відповідний рік обсягу товарної продукції з урахуванням зміни залишків нереалізованої продукції на початок і кінець розрахункового періоду – це:

1. товарна продукція;
2. валова продукція;
3. реалізована продукція;
4. чиста продукція;

ЗАДАЧІ

Задача 1.

Основна продукція підприємства запланована в обсязі 520 млн.грн., послуги промислового характеру для замовників – 48 млн. грн. Вартість напівфабрикатів у плановому періоді 50 млн. грн., з них 50% призначається для власного виробництва. Обсяг незавершеного виробництва на початок року 121 млн.грн., на кінець року – 159 млн.грн. Залишки готової продукції на складі на початок року – 80 млн. грн., на кінець року – 30 млн. грн.

Визначити розмір товарної, валової, реалізованої продукції.

Розв'язання

1. Визначення розміру товарної продукції:

$$ТП = ГП + НФ_{в.в}^{р.с} + П_{п.х}^{р.с},$$

де ТП – товарна продукція у вартісному вираженні, грн;
 ГП – сума обсягів готових виробів для реалізації споживачам, грн;
 НФ_{в.в}^{р.с} – напівфабрикати власного виробництва, призначені для реалізації споживачам, грн;
 П_{п.х}^{р.с} – послуги промислового характеру, які реалізуються споживачам, грн.

$$ТП = 520 + 48 + 50 \cdot 0,5 = 593 \text{ млн. грн.}$$

2. Визначення розміру валової продукції:

$$ВП = ТП + НФ_{в.в}^{р.с} + П_{п.х}^{р.с} + НЗВ_{к.р} - НЗВ_{п.р},$$

де ВП – валова продукція, грн;
 НФ_{в.в}^{р.с} – напівфабрикати власного виробництва, призначені для власного споживання, грн;
 П_{п.х}^{р.с} – послуги промислового характеру, призначені для власного споживання, грн;
 НЗВ_{к.р} – вартість незавершеного виробництва на кінець року, грн;
 НЗВ_{п.р} – вартість незавершеного виробництва на початок року, грн.

$$ВП = 593 + 50 \cdot 0,5 + 159 - 121 = 656 \text{ млн. грн.}$$

3. Визначення розміру реалізованої продукції:

$$РП = ТП + (З_{п.р} - З_{к.р}),$$

де З_{п.р}, З_{к.р} – залишки готової нереалізованої продукції на складі підприємства відповідно на початок і кінець року, грн.

$$РП = 593 + 80 - 30 = 643 \text{ млн. грн.}$$

Задача 2

Визначити обсяг товарної, валової й реалізованої продукції на підставі наступних даних.

Річний випуск продукції в натуральних одиницях: А – 550 шт., Б – 730 шт., В – 660 шт., Г – 400 шт; ціна виробу А – 1 000 грн., виробу Б – 18 000 грн., виробу В – 12 000 грн., виробу Г – 900 грн .

Вартість залишків готової продукції на складі на початок року – 2 530 т. грн.; вартість залишків готової продукції на складі на кінець року – 1 700 т. грн .; незавершене виробництво на початок року становило 5 600 т. грн., а на кінець – 4 880 т. грн.

Розв'язання

1. Визначення розміру товарної продукції:

$$ТП = ГП + НФ_{в.в}^{р.с} + П_{п.х}^{р.с}$$

де ТП – товарна продукція у вартісному вираженні, грн.;

ГП – сума обсягів готових виробів для реалізації споживачам, грн.;

$НФ_{в.в}^{p.c}$ – напівфабрикати власного виробництва, призначені для реалізації споживачам, грн.;

$П_{п.х}^{p.c}$ – послуги промислового характеру, які реалізуються споживачам, грн.

$$\begin{aligned} TP &= 550 \cdot 1\,000 + 730 \cdot 18\,000 + 660 \cdot 12\,000 + 400 \cdot 900 \\ &= 21\,970 \text{ т. грн.} \end{aligned}$$

2. Визначення розміру валової продукції:

$$ВП = TP + НФ_{в.в}^{B.C} + П_{п.х}^{B.C} + НЗВ_{к.р} - НЗВ_{п.р}$$

де ВП – валова продукція, грн.;

$НФ_{в.в}^{B.C}$ – напівфабрикати власного виробництва, призначені для власного споживання, грн.;

$П_{п.х}^{B.C}$ – послуги промислового характеру, призначені для власного споживання, грн.

$НЗВ_{к.р}$ – вартість незавершеного виробництва на кінець року, грн.;

$НЗВ_{п.р}$ – вартість незавершеного виробництва на початок року, грн.

$$ВП = 21\,970 + 4\,880 - 5\,600 = 21\,250 \text{ т. грн.}$$

3. Визначення розміру реалізованої продукції:

$$РП = TP + (З_{п.р} - З_{к.р})$$

де $З_{п.р}, З_{к.р}$ – залишки готової нереалізованої продукції на складі підприємства відповідно на початок і кінець року, грн.

$$РП = 21\,970 + 2\,530 - 1\,700 = 22\,800 \text{ т. грн.}$$

Задача 3

За планом підприємство повинно виготовити готової продукції на суму 56 240 т. грн., запчастин для реалізації на суму 880 т. грн., напівфабрикатів на суму 11 260 т. грн., у тому числі напівфабрикати, призначені до реалізації, складуть 5 400 т. грн., а решта будуть використані у власному виробництві. Залишки готової продукції на складі на початок року 260 т. грн., на кінець року – 220 тис. грн. Незавершене виробництво на кінець року – 566 т. грн, на початок – 445 т. грн. Визначити обсяг товарної, валової і реалізованої продукції.

Розв'язання

1. Визначення розміру товарної продукції:

$$TP = ГП + НФ_{в.в}^{p.c} + П_{п.х}^{p.c}$$

де ТП – товарна продукція у вартісному вираженні, грн.;

ГП – сума обсягів готових виробів для реалізації споживачам, грн.;

НФ_{в.в}^{р.с} – напівфабрикати власного виробництва, призначені для реалізації споживачам, грн.;

П_{п.х}^{р.с} – послуги промислового характеру, які реалізуються споживачам, грн.

$$ТП = 56\,240 + 880 + 5\,400 = 62\,520 \text{ т. грн.}$$

2. Визначення розміру валової продукції:

$$ВП = ТП + НФ_{в.в}^{р.с} + П_{п.х}^{р.с} + НЗВ_{к.р} - НЗВ_{п.р}$$

де ВП – валова продукція, грн.;

НФ_{в.в}^{р.с} – напівфабрикати власного виробництва, призначені для власного споживання, грн.;

П_{п.х}^{р.с} – послуги промислового характеру, призначені для власного споживання, грн.

НЗВ_{к.р} – вартість незавершеного виробництва на кінець року, грн.;

НЗВ_{п.р} – вартість незавершеного виробництва на початок року, грн.

$$ВП = 62\,520 + (11\,260 - 5\,400) + 566 - 445 = 68\,501 \text{ т. грн.}$$

3. Визначення розміру реалізованої продукції:

$$РП = ТП + (З_{п.р} - З_{к.р})$$

де З_{п.р}, З_{к.р} – залишки готової нереалізованої продукції на складі підприємства відповідно на початок і кінець року, грн.

$$РП = 62\,520 + 260 - 220 = 62\,560 \text{ т. грн.}$$

Задача 4

По підприємству на квартал планується наступна діяльність:

Таблиця – Вихідні дані для розрахунку

Цехи	Випуск продукції, всього, млн.грн.	У тому числі, млн.грн.	
		реалізується стороннім замовникам	передається іншим цехам
Ливарний	120	40	80
Ковальський	160	–	160
Механічний	320	110	210
Складальний	460	460	–

Розв'язання

1. Визначення розміру товарної продукції:

$$ТП = ГП + НФ_{в.в}^{p.c} + П_{п.х}^{p.c}$$

де ТП – товарна продукція у вартісному вираженні, грн.;

ГП – сума обсягів готових виробів для реалізації споживачам, грн.;

$НФ_{в.в}^{p.c}$ – напівфабрикати власного виробництва, призначені для реалізації споживачам, грн.;

$П_{п.х}^{p.c}$ – послуги промислового характеру, які реалізуються споживачам, грн.

$$ТП = 40 + 110 + 460 = 610 \text{ млн. грн.}$$

2. Визначення розміру валової продукції:

$$ВП = ТП + НФ_{в.в}^{b.c} + П_{п.х}^{b.c} + НЗВ_{к.р} - НЗВ_{п.р}$$

де ВП – валова продукція, грн.;

$НФ_{в.в}^{b.c}$ – напівфабрикати власного виробництва, призначені для власного споживання, грн.;

$П_{п.х}^{b.c}$ – послуги промислового характеру, призначені для власного споживання, грн.

$НЗВ_{к.р}$ – вартість незавершеного виробництва на кінець року, грн.;

$НЗВ_{п.р}$ – вартість незавершеного виробництва на початок року, грн.

$$ВП = 610 + (80 + 160 + 210) = 1\,060 \text{ млн. грн.}$$

Задача 5

Основними цехами підприємства виготовлено готової продукції за звітний місяць на суму 3 660 млн. грн., виконано робіт промислового характеру на замовлення сторонніх замовників – 460 млн. грн. і для свого виробництва на суму 292 млн. грн. Підприємство виготовило інструментів на суму 39 млн. грн., з яких було вжито для внутрішнього виробництва 24 млн. грн., а решта було реалізовано стороннім замовникам. Ремонтно-механічним цехом виконано робіт на замовлення інших підприємств на суму 82 млн. грн. Залишок незавершеного виробництва на початок місяця склав 37 млн. грн., на кінець – 41 млн. грн. Визначити товарну і валову продукцію.

Розв'язання

1. Визначення розміру товарної продукції:

$$ТП = ГП + НФ_{в.в}^{p.c} + П_{п.х}^{p.c}$$

де ТП – товарна продукція у вартісному вираженні, грн.;

ГП – сума обсягів готових виробів для реалізації споживачам, грн.;

$НФ_{в.в}^{p.c}$ – напівфабрикати власного виробництва, призначені для реалізації споживачам, грн.;

$П_{п.х}^{p.c}$ – послуги промислового характеру, які реалізуються споживачам, грн.

$$ТП = 3\,660 + 460 + (39 - 24) + 82 = 4\,217 \text{ млн. грн.}$$

2. Визначення розміру валової продукції:

$$ВП = ТП + НФ_{в.в}^{b.c} + П_{п.х}^{b.c} + НЗВ_{к.р} - НЗВ_{п.р}$$

де ВП – валова продукція, грн.;

$НФ_{в.в}^{b.c}$ – напівфабрикати власного виробництва, призначені для власного споживання, грн.;

$П_{п.х}^{b.c}$ – послуги промислового характеру, призначені для власного споживання, грн.

$НЗВ_{к.р}$ – вартість незавершеного виробництва на кінець року, грн.;

$НЗВ_{п.р}$ – вартість незавершеного виробництва на початок року, грн.

$$ВП = 4\,217 + 292 + 24 + 41 - 37 = 4\,537 \text{ млн. грн.}$$

Задача 6

Обчислити очікуваний обсяг валової, товарної, чистої й реалізованої продукції на підставі показників, наведених нижче.

Річний обсяг випуску продукції – 700 шт.

Матеріальні та прирівняні до них витрати – 6 600 т.грн.

Обсяг напівфабрикатів для власного виробництва – 1 500 т.грн.

Виробничі послуги іншим юридичним особам – 800 т.грн.

Відпускна ціна одиниці виробу – 12 т.грн.

Обсяг готової продукції на складі на початок року – 400 т.грн., на кінець року – 800 т.грн.

Розв'язання

1. Визначення розміру товарної продукції:

$$ТП = ГП + НФ_{в.в}^{p.c} + П_{п.х}^{p.c}$$

де ТП – товарна продукція у вартісному вираженні, грн.;

ГП – сума обсягів готових виробів для реалізації споживачам, грн.;

$НФ_{в.в}^{p.c}$ – напівфабрикати власного виробництва, призначені для реалізації споживачам, грн.;

$П_{п.х}^{p.c}$ – послуги промислового характеру, які реалізуються споживачам, грн.

$$ТП = 700 \cdot 12 + 800 = 9\,200 \text{ т. грн.}$$

2. Визначення розміру валової продукції:

$$ВП = ТП + НФ_{в.в}^{в.с} + П_{п.х}^{в.с} + НЗВ_{к.р} - НЗВ_{п.р}$$

де ВП – валова продукція, грн.;

$НФ_{в.в}^{в.с}$ – напівфабрикати власного виробництва, призначені для власного споживання, грн.;

$П_{п.х}^{в.с}$ – послуги промислового характеру, призначені для власного споживання, грн.

$НЗВ_{к.р}$ – вартість незавершеного виробництва на кінець року, грн.;

$НЗВ_{п.р}$ – вартість незавершеного виробництва на початок року, грн.

$$ВП = 9\,200 + 1\,500 = 10\,700 \text{ т. грн.}$$

3. Визначення розміру реалізованої продукції:

$$РП = ТП + (З_{п.р} - З_{к.р})$$

де $З_{п.р}, З_{к.р}$ – залишки готової нереалізованої продукції на складі підприємства відповідно на початок і кінець року, грн.

$$РП = 9\,200 + 400 - 800 = 8\,800 \text{ т. грн.}$$

4. Визначення розміру чистої продукції:

$$ЧП = ТП - М - А$$

де ЧП – чиста продукція, грн.;

М – витрати на матеріали для виробництва продукція, грн.;

А – сума амортизаційних відрахувань за звітний період, грн.

$$ЧП = 9\,200 - 6\,600 = 2\,600 \text{ т. грн.}$$

Задача 7

Визначити товарну і валову продукцію підприємства за рік, якщо відомо, що завод: реалізував на замовлення 5 000 шт. виробів за ціною 200 т.грн. за одну одиницю; продав інструменту й транспортних послуг на 1 000 т. грн. ; надав послуги з ремонту устаткування сільськогосподарському підприємству на 6 000 т.грн. ; мав незавершене виробництво на початок планованого року – 2 000 т. грн., а на кінець року – 1 500 т. грн.; надав послуг з науково-дослідних робіт іншим підприємствам на 5 000 т. грн.; здав металобрухту на 200 тис. грн.

Розв'язання

1. Визначення розміру товарної продукції:

$$ТП = ГП + НФ_{в.в}^{p.c} + П_{п.х}^{p.c}$$

де ТП – товарна продукція у вартісному вираженні, грн.;

ГП – сума обсягів готових виробів для реалізації споживачам, грн.;

$НФ_{в.в}^{p.c}$ – напівфабрикати власного виробництва, призначені для реалізації споживачам, грн.;

$П_{п.х}^{p.c}$ – послуги промислового характеру, які реалізуються споживачам, грн.

$$ТП = 5\,000 \cdot 200 + 1\,000 + 6\,000 + 5\,000 + 200 = 1\,012\,200 \text{ т. грн.}$$

2. Визначення розміру валової продукції:

$$ВП = ТП + НФ_{в.в}^{b.c} + П_{п.х}^{b.c} + НЗВ_{к.р} - НЗВ_{п.р}$$

де ВП – валова продукція, грн.;

$НФ_{в.в}^{b.c}$ – напівфабрикати власного виробництва, призначені для власного споживання, грн.;

$П_{п.х}^{b.c}$ – послуги промислового характеру, призначені для власного споживання, грн.

$НЗВ_{к.р}$ – вартість незавершеного виробництва на кінець року, грн.;

$НЗВ_{п.р}$ – вартість незавершеного виробництва на початок року, грн.

$$ВП = 1\,012\,200 + 1\,500 - 2\,000 = 1\,011\,700 \text{ т. грн.}$$

Задача 8

Підприємство виготовляє готові вироби й напівфабрикати:

– по ливарному цеху виготовляється продукції на суму 1 070 млн. грн., з них 840 млн. грн. призначається для власного споживання, 230 млн. грн. призначені для реалізації замовнику;

– по ковальському цеху виготовляється продукції на суму 280 млн. грн., з них 110 млн. грн. заплановано реалізувати замовнику, решта – передається складальному цеху;

– по інструментальному цеху обсяг випуску продукції – 45 млн. грн., при цьому вся продукція призначається для внутрішньозаводського використання;

– по складальному цеху обсяг виготовлення продукції 25 млн. грн. Продукція складального цеху повністю реалізується замовникам.

Крім цього, планується виготовити устаткування на 64 млн. грн. для власних потреб, а також надати послуги промислового характеру стороннім замовникам на суму 20 млн. грн. Залишки незавершеного

виробництва на початок року становили 180 млн. грн., на кінець року – 110 млн. грн.

За наведеними даними необхідно визначити валову й товарну продукцію.

Розв'язання

1. Визначення розміру товарної продукції:

$$ТП = ГП + НФ_{в.в}^{p.c} + П_{п.х}^{p.c}$$

де ТП – товарна продукція у вартісному вираженні, грн.;

ГП – сума обсягів готових виробів для реалізації споживачам, грн.;

$НФ_{в.в}^{p.c}$ – напівфабрикати власного виробництва, призначені для реалізації споживачам, грн.;

$П_{п.х}^{p.c}$ – послуги промислового характеру, які реалізуються споживачам, грн.

$$ТП = 230 + 110 + 25 + 20 = 385 \text{ млн. грн.}$$

2. Визначення розміру валової продукції:

$$ВП = ТП + НФ_{в.в}^{в.с} + П_{п.х}^{в.с} + НЗВ_{к.р} - НЗВ_{п.р}$$

де ВП – валова продукція, грн.;

$НФ_{в.в}^{в.с}$ – напівфабрикати власного виробництва, призначені для власного споживання, грн.;

$П_{п.х}^{в.с}$ – послуги промислового характеру, призначені для власного споживання, грн.

$НЗВ_{к.р}$ – вартість незавершеного виробництва на кінець року, грн.;

$НЗВ_{п.р}$ – вартість незавершеного виробництва на початок року, грн.

$$ВП = 385 + 840 + (280 - 110) + 45 + 64 + 110 - 180 = 1\,434 \text{ млн. грн.}$$

Тема 3. Основні засоби підприємства (лекційні заняття – 6 годин)

Лекція 6. Сутність, класифікація і структура основних засобів. Оцінка основних засобів

План лекції

1 Сутність, класифікація і структура основних засобів

2 Оцінка основних засобів

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник/* за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ,2009. 816 с.
2. *Економіка підприємства : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти /* Н. Ю. Рекова, Є. О. Підгора, В. В.Ровенська, В. С. Рижиков, О. В. Латишева, І. Ю. Єрфорт, Т. П. Гігіс, І. І. Смирнова, С. В. Касьянюк. Краматорськ : ДДМА, 2021. 248 с. URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20\(2\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20(2).pdf).

1 Сутність, класифікація і структура основних засобів

У сучасній економічній літературі до економічних ресурсів відносять землю, працю, капітал, підприємницькі здібності, технологію, інформацію.

Слово «капітал» походить від латинського «capitalis», що означає головний, основний. При цьому необхідно зазначити, що представники різних економічних шкіл пов'язують з капіталом різні поняття: вартість, що приносить додаткову вартість (А. Сміт, Д. Рікардо, К. Маркс); частина багатства, яка бере участь в процесі виробництва (Ф.Визер, І. Фішер, Дж.С.Мілль); грошова вартість, яка відображається на бухгалтерських рахунках фірм (Дж.Р.Хікс); сукупність акціонерного і власного капіталу приватних підприємств та ін. Еволюційний розвиток поняття «капітал» дає можливість простежити зміну поглядів щодо сутності цієї економічної категорії. Ще Адам Сміт, розділяючи погляди класичної школи, акцентував увагу на тому, що «капітал» – це головна рушійна сила економічного прогресу й виділяв дві його складові: основний й оборотний [5].

В даний час термін «капітал» трактується як авансована вартість, яка в процесі свого руху приносить більшу вартість.

Основні засоби підприємства (основні фонди, основний капітал) – це засоби виробництва, які функціонують у виробничому процесі тривалий час (понад 365 днів), зберігають при цьому свою натуральну форму й властивості, а їх вартість переноситься на вартість продукції, що виготовляється, поступово, по частинам, по мірі зносу, шляхом амортизаційних відрахувань.

Основні засоби підприємства поділяються на:

- основні виробничі засоби (фонди);
- основні невиробничі засоби (фонди).

Основні виробничі засоби (фонди) – це всі засоби (фонди) виробничого призначення, які беруть безпосередню участь у виробничих процесах підприємства або створюють умови для їх здійснення.

Класифікація основних засобів згідно Податкового Кодексу України представлена в табл. 1.

Таблиця 1 – Класифікація основних засобів

Групи	Мінімально допустимі строки корисного використання, років
Група 1 – Земельні ділянки	–
Група 2 – Капітальні витрати на поліпшення земель, не пов'язані з будівництвом	15
Група 3 – Будівлі, споруди, передавальні пристрої	
3.1 Будинки. До них відносять: будівлі цеху, адміністративний корпус, склади служб постачання і збуту, майстерні	20
3.2 Споруди. До них відносять: мости, естакади, шляхи, водонапірні башти, паливні склади, криті переходи між корпусами	15
3.3 Передавальні пристрої. До них відносять: лінії електропостачання, сигналізація, системи зв'язку, водопроводи, газопроводи	10
Група 4 – Машини та устаткування	
4.1 Силові машини та устаткування. До них відносять: електродвигуни, трансформатори	5
4.2 Робочі машини та устаткування. До них відносять: верстати, преси, штампи, молоти	5
4.3 Електронно–обчислювані машини, інші машини для автоматичного оброблення інформації, пов'язані з ними засоби зчитування або друку інформації, пов'язані з ними комп'ютерні програми (крім програм, витрати на придбання яких визнаються роялті, та/або програм, які визнаються нематеріальним активом), інші інформаційні системи, комутатори, маршрутизатори, модулі, модеми, джерела безперебійного живлення та засоби їх підключення до телекомунікаційних мереж, телефону (в тому числі мобільні), мікрофони і рації, вартість яких перевищує 2500 гривень	2
Група 5 – Транспортні засоби. До цієї групи відносять: підіймальні крани, мостові крани, транспортери, конвеєри, автомобільний транспорт, залізничний транспорт, електрокари	5
Група 6 – Інструменти, пристосування, термін використання яких більше 1 року або вартість перевищує 2500 грн.; прилади; інвентар (меблі): виробничий інвентар (шафи, підставки, меблі, офісне обладнання), господарський інвентар	4
Група 7 – Тварини	6
Група 8 – Багаторічні насадження	10
Група 9 – Інші основні засоби	12
Група 10 – Бібліотечні фонди	–
Група 11 – Малоцінні необоротні матеріальні активи	–
Група 12 – Тимчасові (нетитульні) споруди	5
Група 13 – Природні ресурси	–
Група 14 – Інвентарна тара	6
Група 15 – Предмети прокату	5
Група 16 – Довгострокові біологічні активи	7

Основні виробничі засоби (фонди) діляться на активні й пасивні.

До активної частини основних засобів (фондів) відносять комплекс машин, пристосувань, дорогого інструменту, які беруть безпосередню участь у виробничому процесі, впливають на кількість і якість продукції, що випускається, підвищують продуктивність праці.

До пасивної частини основних засобів (фондів) відноситься решта основних засобів, яка створює умови для нормального функціонування активної частини основних виробничих засобів (фондів).

Віднесення об'єкта основних засобів до активної або пасивної частини залежить від галузі. У машинобудуванні споруда – пасивні основні засоби, в нафтопереробній галузі спорудження (свердловина) – активні основні засоби.

Основні невикористані засоби – це об'єкти невикористаного призначення, які знаходяться на балансі підприємства. Вони не беруть участі в процесі виробництва, не створюють вартості, а існують для забезпечення соціально-культурних і побутових потреб учасників виробництва. Це установи охорони здоров'я, спортивні зали, палаци культури, столові, бібліотеки, житловий фонд, що знаходяться на балансі підприємства. Вартість основних невикористаних засобів не підлягає амортизації. Вони відтворюються з фонду соціального розвитку підприємства, який формується з прибутку. Слід зазначити, що у зв'язку зі складним фінансово-майновим становищем в 90-х роках ХХ століття – початок ХХІ століття, більшість промислових підприємств позбулися або скоротили власні основні засоби соціального призначення.

Також основні засоби можна класифікувати за:

- 1) формою власності: власні й орендовані;
- 2) характером участі в процесі виробництва: діючі, резервні та законсервовані.

Структура основних засобів – це відсоткове співвідношення вартості окремих груп основних засобів в загальному підсумку вартості основних засобів підприємства або його підрозділу. Чим вище питома вага активної частини основних засобів, тим більш прогресивніша структура основних засобів підприємства або його підрозділу.

2 Оцінка основних засобів

Облік основних засобів ведеться в натуральній і вартісній формах.

Облік основних засобів в **натуральній формі** необхідний для обліку кількості об'єктів основних засобів, проведення паспортизації та інвентаризації основних засобів.

Цей вид обліку проводиться за даними технічних паспортів, які має кожен об'єкт основних засобів. У них наводиться розгорнута технічна характеристика кожного об'єкта й фіксуються такі дані:

- дата виготовлення;
- кількість ремонтів і модернізацій;
- проведення реконструкцій;
- ступінь зносу;
- технічна продуктивність.

Вартісна оцінка основних засобів підприємства – це грошовий вираз їх вартості. Вартісна оцінка основних засобів необхідна для правильного визначення загального обсягу основних засобів, що знаходяться в розпорядженні підприємства, аналізу їх динаміки й структури, розрахунку економічних показників господарської діяльності підприємства за певний період.

Розрізняють такі методи оцінки вартості основних засобів (Стандарт 7 НСБО).

1. Первісна вартість – це вартість основних засобів у рік введення основних засобів в експлуатацію. Основні засоби при зарахуванні їх на баланс підприємства в результаті придбання, будівництва оцінюються за первісною вартістю.

$$\Phi_{\text{перв}} = \Phi_{\text{придб}} + \Phi_{\text{дост}} + \Phi_{\text{монт}} + \Phi_{\text{ін}}, \quad (1)$$

де $\Phi_{\text{придб}}$ – ціна придбання основних засобів, грн.;

$\Phi_{\text{дост}}$ – транспортні витрати на доставку основних засобів, грн.;

$\Phi_{\text{монт}}$ – витрати на монтаж основних засобів, грн.;

$\Phi_{\text{ін}}$ – інші витрати, пов'язані з введенням в дію основних засобів.

2. Справедлива вартість основних засобів – це їх ринкова вартість на дату оцінки, за якою можна було продати об'єкт основних засобів. Ринкова вартість визначається професійними експертами.

3. Залишкова вартість основних засобів – це різниця між первісною вартістю основних засобів і вартістю зносу (сума накопичених амортизаційних відрахувань) за період експлуатації основних засобів, нарахованого на дату оцінки.

$$\Phi_{\text{зал}} = \Phi_{\text{перв}} - \Phi_{\text{зн}} (A), \quad (2)$$

де $\Phi_{\text{зн}} (A)$ – сума зносу (A – сума накопичених амортизаційних відрахувань за період експлуатації), грн.

Залишкова вартість відображає ще не перенесену на випущену продукцію вартість основних засобів.

4. Відновлювальна або переоцінена вартість – це вартість основних засобів після їх переоцінки, яка відбувається в тому випадку, якщо вартість основних засобів на рік оцінки значно відрізняється від ринкової вартості. Це вартість відтворення основних засобів у сучасних умовах виробництва. Вона враховує ті ж витрати, що і первісна, але за сучасними діючими цінами. Відновлювальна вартість формується на рік переоцінки.

$$\Phi_{\text{від (переоц)}} = \Phi_{\text{перв}} \cdot \text{ІІІ}, \quad (3)$$

де ІІІ – індекс переоцінки.

$$\text{ІІІ} = (\Phi_{\text{справед}}) / (\Phi_{\text{зал}}), \quad (4)$$

де $\Phi_{\text{справед}}$ – справедлива вартість основних засобів, грн.;

$\Phi_{\text{зал}}$ – залишкова вартість основних засобів, грн.

Податкове законодавство дозволяє суб'єктам господарювання всіх форм власності застосовувати щорічну індексацію балансової вартості основних засобів, а також нематеріальних активів у разі перевищення 10% рівня інфляції за рік.

5. Ліквідаційна вартість – це сума коштів, яку підприємство очікує отримати від реалізації (ліквідації) основних засобів після завершення терміну їх корисного використання (експлуатації) за вирахуванням витрат на їх продаж (ліквідацію). Як правило, це ціна основних засобів за ціною металобрухту. У практиці господарювання її використовують для розрахунку норми амортизаційних відрахувань.

6. Вартість, яка амортизується – це первісна (переоцінена) вартість основних засобів за вирахуванням ліквідаційної вартості.

7. Балансова вартість – це вартість, за якою оцінюються основні засоби на певну дату балансу. Балансова вартість основних засобів – це вартість, за якою основні засоби зараховуються в валюту балансу підприємства. У бухгалтерському обліку величина балансової вартості основних засобів дорівнює залишковій вартості.

Балансова (залишкова) вартість групи основних засобів на початок звітного періоду визначається за формулою:

$$\Phi_{\text{бал(зал)}} i = \Phi_{\text{бал(зал)}} i-1 + \text{П}_{i-1} - \text{В}_{i-1} - \text{А}_{i-1}, \quad (5)$$

де $\Phi_{\text{бал. (зал)}} i-1$ – балансова (залишкова) вартість групи основних засобів на початок періоду, що передує звітному, грн.;

П_{i-1} – сума витрат на придбання основних засобів, здійснення капітального ремонту, реконструкцій, модернізацій та інших поліпшень основних засобів протягом періоду, що передує звітному, грн.;

В_{i-1} – сума виведених з експлуатації основних засобів протягом періоду, що передує звітному, грн.;

А_{i-1} – сума амортизаційних відрахувань за період, що передує звітному, грн.

Для аналітичних розрахунків і формування звітної документації використовується показник середньорічної вартості основних засобів.

Середньорічна вартість основних засобів передбачає оцінку об'єкта основних засобів з урахуванням терміну їх введення і виведення з

експлуатації. Середньорічна вартість основних засобів визначається за формулою

$$\Phi_{\text{ср.р}} = \Phi_{\text{п.р}} + \frac{\sum \Phi_{\text{вв}} \cdot T_{\text{вв}} + \sum \Phi_{\text{вив}} \cdot T_{\text{вив}}}{12}, \quad (6)$$

де $\Phi_{\text{п.р}}$ – вартість основних засобів на початок року, грн.;

$\Phi_{\text{вв}}$ – вартість введених в експлуатацію основних засобів протягом року, грн.;

$\Phi_{\text{вив}}$ – вартість виведених з експлуатації основних засобів протягом року, грн.;

$T_{\text{вв}}$ – кількість місяців в році, протягом яких відпрацювали введені основні засоби (номер місяця введення в експлуатацію основних засобів);

$T_{\text{вив}}$ – кількість місяців в році, протягом яких були виведені з експлуатації основні засоби (номер місяця виведення з експлуатації основних засобів);

12 – кількість місяців у році.

Слід зазначити, що середньорічна вартість основних засобів розраховується в кінці року, тому номер місяців введення – виведення основних засобів приймаємо в зворотному порядку, починаючи з кінця року: грудень – 1, листопад – 2, жовтень – 3 і т.д. або за формулою:

$$T_{\text{вв}} (T_{\text{вив}}) = 13 - \text{№ місяця за календарем}. \quad (7)$$

Середньорічна вартість основних засобів також може бути визначена як середньоарифметична величина.

$$\Phi_{\text{ср.р}} = (\Phi_{\text{п.р}} + \Phi_{\text{к.р}}) / 2, \quad (8)$$

де $\Phi_{\text{п.р}}$, $\Phi_{\text{к.р}}$ – вартість основних засобів на початок і кінець року.

При цьому вартість основних засобів на кінець року визначається таким чином:

$$\Phi_{\text{к.р}} = \Phi_{\text{п.р}} + \sum \Phi_{\text{вв}} - \sum \Phi_{\text{вив}}. \quad (9)$$

Лекція 7. Знос основних засобів Амортизація основних засобів

План лекції

1. Знос основних засобів

2. Амортизація основних засобів

Завдання на самостійну роботу студента

1. Знос основних засобів та форми його усунення

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник/* за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ,2009. 816 с.
2. *Економіка підприємства : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти /* Н. Ю. Рекова, Є. О. Підгора, В. В.Ровенська, В. С. Рижиков, О. В. Латишева, І. Ю. Єрфорт, Т. П. Гітис, І. І. Смирнова, С. В. Касьянюк. Краматорськ : ДДМА, 2021. 248 с. URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20\(2\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20(2).pdf).

1 Знос основних засобів [5]

Основні засоби протягом свого тривалого функціонування зазнають фізичного (матеріального) знос, економічного спрацювання й техніко-економічного старіння (морального зносу).

Під **фізичним (матеріальним) спрацюванням основних засобів** розуміють процес поступової втрати ними своїх первісних техніко-експлуатаційних якостей, тобто споживчої вартості, що призводить до зменшення їх реальної вартості – до **економічного спрацювання**. На швидкість і розміри фізичного зносу основних засобів впливають їх надійність і довговічність, спосіб експлуатації (екстенсивний або інтенсивний), особливості технологічних процесів, якості технічних оглядів й ремонтного обслуговування, кваліфікація робітників.

Фізичний знос 4 групи основних засобів (машини й устаткування) умовно можна розділити на дві частини: ту, що періодично усувають проведенням ремонтів, і ту, що її в такий спосіб усунути неможливо. З часом фізичний знос поступово збільшується і врешті–решт стає таким, що неуможливіє подальше використання засобу праці у виробництві, тобто настає момент повного фізичного зносу, коли необхідна заміна такого засобу праці на новий аналогічного призначення. У зв'язку з цим розрізняють усувний (тимчасовий) та неусувний (постійно нагромаджуваний) фізичний знос основних засобів.

Ступінь фізичного зносу окремих одиниць засобів праці можна визначити двома розрахунковими методами:

1) за строком їх експлуатації шляхом зіставлення фактичної та нормативної величини терміну експлуатації об'єктів основних засобів з урахуванням ліквідаційної вартості. За цим методом коефіцієнт фізичного зносу розраховується наступним чином:

$$k_{\phi} = \frac{T_{\phi}}{T_{н}} \cdot \frac{100-L}{100}, \quad (1)$$

де T_{ϕ} , $T_{н}$ – відповідно фактичний та нормативний (паспортний) строк експлуатації об'єкту основних засобів;

Л – ліквідаційна вартість об'єкту основних засобів у відсотковому вираженні до первісної вартості об'єкту;

2) за даними обстеження технічного стану.

Техніко-економічне старіння основних засобів (моральний знос) – це процес знецінення діючих засобів праці до настання повного фізичного зносу під впливом науково-технічного прогресу. Воно характеризується поступовою втратою засобами праці своєї споживної вартості внаслідок удосконалення існуючих та створення нових засобів виробництва, впровадження принципово нової технології. Старіння властиве передовсім машинам й устаткуванню, обчислювальній техніці, транспортним засобам і пов'язане з реальними економічними збитками для підприємств, що експлуатують застарілу техніку.

Ступінь техніко-економічного старіння оцінюється за допомогою наступного коефіцієнта:

$$k_{T-e} = 1 - \frac{V_1}{V_0} \cdot \frac{\Pi_0}{\Pi_1}, \quad (2)$$

де V_0 , V_1 – повна вартість (ціна) застосовуваного й нового об'єктів основних засобів;

Π_0 , Π_1 – продуктивність праці застосовуваного й нового об'єктів основних засобів.

Рівень техніко-економічного старіння також можна визначити, розрахувавши питому вагу знярядь праці, що експлуатуються у виробництві 10, 15 або 20 років.

Фізичний знос і техніко-економічне старіння діючих об'єктів основних засобів можна усунути частково або повністю, застосовуючи різні форми відтворення: технічні огляди, поточні ремонти, капітальний ремонт, модернізацію.

Окремі види об'єктів основних засобів складаються з великої кількості конструктивних елементів (деталей, вузлів), які виготовлені з різних за міцністю матеріалів, виконують різні технологічні функції, мають неоднакове експлуатаційне навантаження і внаслідок цього спрацьовуються нерівномірно. Це обумовлює необхідність заміни або відновлення зношених конструктивних елементів устаткування та інших видів засобів праці задовго до того, коли кожний із цих об'єктів у цілому стане непридатним для подальшого використання у виробничому процесі. Таке часткове відновлення засобів праці здійснюється з допомогою періодичних ремонтів.

Таким чином, суть **ремонтів** полягає в усуненні фізичного зносу конструктивних елементів та забезпеченні в такий спосіб постійної дієздатності об'єктів основних засобів протягом усього періоду їх експлуатації.

На підприємствах різних галузей застосовують типові системи технічного обслуговування й ремонту об'єктів основних засобів, що

передбачають періодичне проведення необхідних профілактично-технічних операцій – технічних оглядів, поточних і капітальних ремонтів.

Призначення **поточного ремонту** – збереження об'єктів основних засобів в придатному для експлуатації стані шляхом проведення регулярних ремонтно-профілактичних операцій з метою усунення дрібних неполадок і запобігання прогресуючому фізичному зносу.

Мета **капітального ремонту** полягає в максимально можливому відновленні первісних техніко-експлуатаційних параметрів об'єктів основних засобів. На відміну від поточного ремонту капітальний ремонт є більш складним за обсягом виконуваних робіт і проводять його здебільшого через тривалі проміжки часу (один раз в кілька років). Особливим видом найскладніших ремонтних робіт є **відновлювальний ремонт**, необхідність у проведенні якого виникає внаслідок стихійного лиха (пожежі, повені, землетруси).

Витрати на поточний ремонт є постійними й відносно рівномірними протягом експлуатаційного періоду, а тому їх відносять на собівартість продукції (надання послуг). Проведення капітального ремонту потребує значних одноразових витрат, що унеможлиблює пряме включення таких до собівартості продукції: ці витрати визначають заздалегідь і відносять на собівартість продукції рівномірно протягом ремонтного циклу, тобто протягом періоду між двома послідовними капітальними ремонтами. Відновлювальний ремонт фінансують за рахунок державного страхового (резервного) фонду і за характером та обсягами робіт відносять до сфери капітального будівництва.

Загальний розмір витрат на ремонтно-технічне обслуговування об'єктів основних засобів залежить від кількості ремонтів протягом фактичного строку їх експлуатації та від собівартості кожного ремонту. Це означає, що для помітного зменшення витрат на ремонт необхідно: по-перше, довести до раціонального мінімуму кількість ремонтів об'єктів основних засобів протягом усього періоду їх функціонування; по-друге, максимально зменшити витрати на проведення одного ремонту.

Наприклад, проведення першого капітального ремонту в більшості випадків є економічно вигідним в порівнянні з придбанням нового об'єкту основних засобів (фактичні витрати на ремонт в цьому випадку не перевищують 35–40% балансової вартості об'єкта). Але вже наступні капітальні ремонти коштують дорожче, ніж нове устаткування аналогічного призначення.

Для підвищення ефективності процесу відновлення об'єктів основних засобів важлива **модернізація діючого устаткування**, що означає його вдосконалення з метою запобігання техніко-економічному старінню та підвищення техніко-експлуатаційних параметрів до рівня сучасних вимог.

2 Амортизація основних засобів

Амортизація основних засобів – це процес поступового перенесення вартості основних засобів на вартість продукції, що виготовляється, з метою накопичення коштів в амортизаційному фонді для повного оновлення основних засобів.

Амортизація є одним з елементів витрат і собівартості продукції. Амортизаційні відрахування включаються в собівартість продукції. Повертаються на підприємство у вигляді виручки від реалізації продукції.

У бухгалтерському обліку об'єктами амортизації є основні засоби та нематеріальні активи, що мають вартість і обмежений термін корисної експлуатації. Земля, наприклад, має необмежений термін корисної експлуатації, тому амортизації не підлягає.

Амортизаційні відрахування вилученню до бюджету не підлягають і не можуть бути базою для нарахування податків, зборів (обов'язкових платежів) [5].

Накопичуючи амортизаційні відрахування, підприємство формує амортизаційний фонд, який призначений для подальшого оновлення (покупки нових) власних основних засобів.

Сума амортизаційних відрахувань розраховується на основі норм амортизації.

Базою нарахування амортизаційних відрахувань є вартість, яка амортизується, або балансова вартість.

Норма амортизації ($N_a, \%$) – це частка вартості основних засобів, яка щорічно переноситься на готову (створену) продукцію. Норма амортизації – це щорічний відсоток відшкодування вартості зношеної частини основних засобів.

$$N_a = \frac{\Phi_{\text{перв}} - \Phi_{\text{л}}}{\Phi_{\text{перв}} \cdot T_{\text{екс}}} \cdot 100\%, \quad (3)$$

де $\Phi_{\text{пер.}}$ – первісна вартість об'єкта основних засобів, грн;

$\Phi_{\text{л}}$ – ліквідаційна вартість об'єкта основних засобів, грн;

$(\Phi_{\text{перв}} - \Phi_{\text{л}})$ – вартість, яка амортизується, грн;

$T_{\text{екс}}$ – термін корисної експлуатації (використання) основних засобів, рік.

Термін корисної експлуатації – це очікуваний період часу, протягом якого об'єкти основних засобів будуть використовуватися у виробництві.

Нормативний термін експлуатації основних засобів – це термін, закладений при проектуванні основних засобів (за паспортними даними).

Строк корисного використання об'єкту основних засобів не обов'язково повинен збігатися з нормативним терміном його використання. Підприємство має право довше експлуатувати основні засоби.

Амортизаційні відрахування (A_v , грн.) – це грошовий вираз розміру амортизації, який відповідає ступеню зносу основних засобів.

$$A_v = \frac{\Phi_{\text{перв.,бал.(зал.)}} \cdot N_a}{100\%}, \quad (4)$$

де A_v – амортизаційні відрахування основних засобів за звітний період, грн;

$\Phi_{\text{перв.,бал.(зал.)}}$ – первісна, балансова (залишкова) вартість основних засобів на початок звітного періоду, грн;

N_a – норма амортизації, %.

Головним економічним важелем у системі амортизації є методи нарахування амортизації, які дають змогу регулювати формування необхідної величини амортизаційного фонду, рівень та інтенсивність акумулювання ресурсів для забезпечення безперебійного функціонування основних засобів [5].

Метод амортизації об'єктів основних засобів обирається підприємством самостійно з урахуванням очікуваного способу отримання економічних вигід від його використання.

Величина амортизаційних відрахувань визначається такими параметрами об'єкта (деякі з них можуть не використовуватися в тому чи іншому методі): первісна (переоцінена, відновна вартість), ліквідаційна вартість, термін корисної експлуатації, прогнозний обсяг виробництва продукції, що виготовлено за допомогою цього об'єкта основних засобів.

Національним стандартом бухгалтерського обліку (НСБО 7 «Основні засоби») і Податковим Кодексом України започатковано 5 бухгалтерських методів нарахування амортизації:

- прямолінійний;
- зменшення залишкової вартості;
- прискореного зменшення залишкової вартості;
- кумулятивний;
- виробничий.

Розглянемо сутність цих методів і розрахунок сум амортизаційних відрахувань на конкретному прикладі.

Приклад. Підприємство придбало токарний верстат, який зарахований на баланс за первісною вартістю 330 т.грн. Верстат відноситься до 4 групи основних засобів. Строк корисного використання верстата - 5 років. Після закінчення терміну експлуатації верстат планують утилізувати й отримати за це 10 т.грн. Відповідно до вихідних даних верстат купувався з метою виготовлення на ньому 72 000 шт. виробів, причому в 1-й рік планується випустити 18 000 шт. виробів, у 2-й - 18 000 шт., в 3-й - 16 000 шт., в 4-й - 10 000 шт., в 5-й - 10 000 шт. Необхідно розрахувати суму амортизаційних відрахувань по рокам (A_{oi}) і балансову (залишкову) вартість по рокам, використовуючи різні методи нарахування амортизації.

1. Прямолінійний метод.

При використанні цього методу вартість об'єкта основних засобів списується однаковими частинами (рівномірно) протягом усього періоду його експлуатації.

У цьому методі амортизаційні відрахування рівномірно розподіляються по рокам експлуатації.

Цей метод найбільш характерний для пасивної частини основних засобів (група 3): будівлі, споруди, їх структурні компоненти, меблі.

$$N_a = \frac{\Phi_{\text{перв}} - \Phi_{\text{л}}}{\Phi_{\text{перв}} \cdot T_{\text{екс}}} \cdot 100\%,$$

$$A_{\text{в}} = \frac{\Phi_{\text{перв,бал (зал)}} \cdot N_a}{100\%},$$

$$\Phi_{\text{бал (зал)}i} = \Phi_{\text{бал.(зал)}i-1} (\Phi_{\text{перв}}) - A_{\text{в}}. \quad (5)$$

Сума амортизаційних відрахувань для кожного року експлуатації є однаковою.

Норма амортизаційних відрахувань:

$$N_a = \frac{330 - 10}{330 \cdot 5} \cdot 100\% = 19,4 \%$$

Річна сума амортизаційних відрахувань:

$$A_{\text{в}} = \frac{330 \cdot 19,4}{100\%} = 64,02 \text{ т. грн.}$$

Залишкова (балансова) вартість основних засобів після 1-го року експлуатації об'єкта основних засобів:

$$\Phi_{\text{зал}1} = \Phi_{\text{перв}} - A_{\text{в}} = 330 - 64,02 = 265,98 \text{ т.грн.}$$

Залишкова (балансова) вартість основних засобів після 2-го року експлуатації об'єкта основних засобів:

$$\Phi_{\text{зал}2} = \Phi_{\text{зал}1} - A_{\text{в}} = 265,98 - 64,02 = 201,96 \text{ т.грн.}$$

Залишкова (балансова) вартість основних засобів після 3-го року експлуатації об'єкта основних засобів:

$$\Phi_{\text{зал}3} = \Phi_{\text{зал}2} - A_{\text{в}} = 201,96 - 64,02 = 137,94 \text{ т.грн.}$$

Залишкова (балансова) вартість основних засобів після 4-го року експлуатації об'єкта основних засобів:

$$\Phi_{\text{зал } 4} = \Phi_{\text{зал } 3} - A_{\text{в}} = 137,94 - 64,02 = 73,92 \text{ т.грн.}$$

Залишкова (балансова) вартість основних засобів після 5-го року експлуатації об'єкта основних засобів:

$$\Phi_{\text{зал } 5} = \Phi_{\text{зал } 4} - A_{\text{в}} = 73,92 - 64,02 = 9,9 \text{ т.грн.}$$

Недоліком прямолінійного методу є те, що метод не враховує моральний знос основних засобів і не враховує необхідність збільшення витрат на ремонт в останні роки експлуатації об'єкта основних засобів.

2. Метод зменшення залишкової вартості.

Суть методу зменшення залишкової вартості полягає в тому, що на початку експлуатації основних виробничих засобів суми нарахованої амортизації значно перевершують амортизаційні суми, нараховані наприкінці терміну служби об'єкта. Використовуючи цей метод, виходять з того, що багато видів основних засобів виробничого призначення діють більш ефективно, доки вони ще нові і мають високий виробничий потенціал.

Амортизаційні відрахування визначаються за допомогою фіксованого (постійного) відсотка від залишкової вартості об'єкта.

$$N_a = \left(1 - \sqrt[T_{\text{екс.}}]{\frac{\Phi_{\text{л}}}{\Phi_{\text{перв}}}}\right) \cdot 100\% \quad (6)$$

$$A_{\text{в}i} = \frac{\Phi_{\text{бал. (зал)}i-1} \cdot N_a}{100\%} \quad (7)$$

$$\Phi_{\text{бал. (зал)}i} = \Phi_{\text{бал. (зал)}i-1} - A_{\text{в}i} \quad (8)$$

$$N_a = \left(1 - \sqrt[5]{\frac{10}{330}}\right) \cdot 100\% = (1 - 0,4969) \cdot 100 = 50,31 = 50,3\%$$

$$A_{\text{в}1} = \frac{330 \cdot 50,3}{100\%} = 165,99 \text{ т. грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал } 1} = \Phi_{\text{перв}} - A_{\text{в}1} = 330 - 165,99 = 164,01 \text{ т.грн.}$$

$$A_{\text{в}2} = \frac{164,01 \cdot 50,3}{100\%} = 82,5 \text{ т. грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал } 2} = \Phi_{\text{зал } 1} - A_{\text{в}2} = 164,01 - 82,5 = 81,51 \text{ т.грн.}$$

$$A_{\text{в}3} = \frac{81,51 \cdot 50,3}{100\%} = 41,0 \text{ т. грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал } 3} = \Phi_{\text{зал } 2} - A_{\text{в } 3} = 81,51 - 41 = 40,51 \text{ т.грн.}$$

$$A_{\text{в } 4} = \frac{40,51 \cdot 50,3}{100\%} = 20,38 \text{ т. грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал } 4} = \Phi_{\text{зал } 3} - A_{\text{в } 4} = 40,51 - 20,38 = 20,13 \text{ т.грн.}$$

$$A_{\text{в } 5} = \frac{20,13 \cdot 50,3}{100\%} = 10,13 \text{ т. грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал } 5} = \Phi_{\text{зал } 4} - A_{\text{в } 5} = 20,13 - 10,13 = 10 \text{ т.грн.}$$

У цьому методі амортизаційні відрахування за останній рік дорівнюють залишковій вартості об'єкта основних засобів за останній рік експлуатації.

У методі зменшення залишкової вартості суми нарахованої амортизації на початку експлуатації об'єкта основних засобів значно перевищують суми амортизації, нараховані в кінці терміну служби об'єкта. Використовуючи цей метод виходять з того, що багато об'єктів основних засобів працюють більш ефективно на початку терміну експлуатації, коли вони нові й мають високий виробничий потенціал. Згодом витрати на ремонт збільшуються. Це призводить до того, що загальна сума витрат на ремонт і сума амортизаційних відрахувань з плином часу залишається практично незмінною протягом кількох років. В результаті корисність об'єктів основних засобів залишається однаковою тривалий період часу.

Тому цей метод застосовують для тих об'єктів основних засобів, які схильні до впливу швидкого техніко-економічного (морального) зносу внаслідок НТП (наприклад, ПЕОМ), коли новий об'єкт основних засобів дає найбільшу віддачу в перші роки експлуатації. Використовується при випуску продукції, на яку попит швидко змінюється (існує ймовірність зниження попиту на продукцію раніше, ніж зноситься устаткування для її виробництва).

3. Метод прискореного зменшення залишкової вартості.

У цьому методі ліквідаційна вартість об'єкту не враховується.

Величина річних амортизаційних відрахувань в цьому методі вдвічі більша, ніж при використанні прямолінійного методу.

Переваги тіж, що і в методі зменшення залишкової вартості.

$$N_a = 2 \cdot \frac{1}{T_{\text{екс}}} 100\% \quad (9)$$

$$A_{\text{в } i} = \frac{\Phi_{\text{бал (зал) } i-1} \cdot N_a}{100\%}$$

$$\Phi_{\text{бал (зал) } i} = \Phi_{\text{бал (зал) } i-1} - A_{\text{в } i}$$

$$N_a = 2 \cdot \frac{1}{5} 100\% = 40 \%$$

$$A_{B1} = \frac{330 \cdot 40}{100\%} = 132 \text{ т. грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал}1} = 330 - 132 = 198 \text{ т.грн.}$$

$$A_{B2} = \frac{198 \cdot 40}{100\%} = 79,2 \text{ т. грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал}2} = 198 - 79,2 = 118,8 \text{ т.грн.}$$

$$A_{B3} = \frac{118,8 \cdot 40}{100\%} = 47,52 \text{ т. грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал}3} = 118,8 - 47,52 = 71,28 \text{ т.грн.}$$

$$A_{B4} = \frac{71,28 \cdot 40}{100\%} = 28,51 \text{ т. грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал}4} = 71,28 - 28,51 = 42,77 \text{ т.грн.}$$

$$A_{B5} = \Phi_{\text{перв.}} - A_{B\Sigma} = 330 - (132 + 79,2 + 47,52 + 28,51) = 42,77 \text{ т. грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал}5} = 42,77 - 42,77 = 0 \text{ т.грн.}$$

Метод прискороного зменшення залишкової вартості застосовується лише при нарахуванні амортизації об'єктів основних засобів, що входять до груп: 4 група – машини й устаткування та 5 група – транспортні засоби.

4. Кумулятивний метод. Цей метод називають методом списання вартості за сумою кількості років.

У кумулятивному методі використовуються більш високі суми амортизаційних відрахувань в першій половині амортизаційного періоду і відбувається поступове зниження сум амортизації в другій половині.

Переваги методу такі ж, що і в методах зменшення залишкової вартості й прискороного зменшення залишкової вартості.

$$N_{ai} = K_{\text{кум}i} = \frac{T_{\text{зал}}}{\Sigma T_{\text{екс}}} 100\%, \quad (10)$$

де $K_{\text{кум}i}$ – кумулятивний коефіцієнт;

$T_{\text{зал}}$ – кількість років, що залишилось до кінця строку корисної експлуатації об'єкту основних засобів;

$\Sigma T_{\text{екс}}$ – сума кількості років корисної експлуатації об'єкту основних засобів.

$$A_{B i} = N_{a i} \cdot (\Phi_{\text{перв}} - \Phi_{\text{л}}) \quad (11)$$

$$\Phi_{\text{бал (зал) } i} = \Phi_{\text{бал (зал) } i-1} - A_{B i}$$

$$N_{a 1} = K_{\text{кум } 1} = \frac{5}{1+2+3+4+5} = 0,333$$

$$N_{a 2} = K_{\text{кум } 2} = \frac{4}{1+2+3+4+5} = 0,267$$

$$N_{a 3} = K_{\text{кум } 3} = \frac{3}{1+2+3+4+5} = 0,2$$

$$N_{a 4} = K_{\text{кум } 4} = \frac{2}{1+2+3+4+5} = 0,133$$

$$N_{a 5} = K_{\text{кум } 5} = \frac{1}{1+2+3+4+5} = 0,067$$

$$A_{B 1} = 0,333 \cdot (330 - 10) = 106,56 \text{ т.грн.}$$

$$A_{B 2} = 0,267 \cdot (330 - 10) = 85,44 \text{ т.грн.}$$

$$A_{B 3} = 0,2 \cdot (330 - 10) = 64 \text{ т.грн.}$$

$$A_{B 4} = 0,133 \cdot (330 - 10) = 42,56 \text{ т.грн.}$$

$$A_{B 5} = 0,067 \cdot (330 - 10) = 21,44 \text{ т.грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал } 1} = 330 - 106,56 = 223,44 \text{ т.грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал } 2} = 223,44 - 85,44 = 138 \text{ т.грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал } 3} = 138 - 64 = 74 \text{ т.грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал } 4} = 74 - 42,56 = 31,44 \text{ т.грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал } 5} = 31,44 - 21,44 = 10 \text{ т.грн.}$$

5 Виробничий метод

Цей метод базується на тому, що амортизація є тільки результатом експлуатації об'єкту основних засобів, і термін корисної експлуатації не має ніякого значення в процесі її нарахуванні.

У цьому випадку нарахування амортизації здійснюється в залежності від виробітку об'єкту за весь період експлуатації у відповідних одиницях

вимірювання (кількість виготовленої продукції, відпрацьованого часу, величини пробігу промислового транспорту).

$$N_a = \frac{\Phi_{\text{перв}} - \Phi_{\text{л}}}{N_{\text{вип.н}}}, \quad (12)$$

де $N_{\text{вип.н}}$ – нормативна кількість продукції, що випускається, яку підприємство очікує виробити з використанням об'єкту основних засобів, шт. Для нарахування амортизації використовується $N_{\text{вип.факт.і}}$ – фактичний річний обсяг випуску продукції, шт.

$$A_{\text{в і}} = N_{\text{вип факт і}} \cdot N_a \quad (13)$$

$$\Phi_{\text{бал(зал)і}} = \Phi_{\text{бал(зал)і-1}} - A_{\text{в і}}$$

$$N_a = \frac{330\,000 - 10\,000}{72\,000} = 4,44 \text{ грн./шт.}$$

$$A_{\text{в1}} = 18\,000 \cdot 4,44 = 79,92 \text{ т.грн.}$$

$$A_{\text{в2}} = 18\,000 \cdot 4,44 = 79,92 \text{ т.грн.}$$

$$A_{\text{в3}} = 16\,000 \cdot 4,44 = 71,04 \text{ т.грн.}$$

$$A_{\text{в4}} = 10\,000 \cdot 4,44 = 44,4 \text{ т.грн.}$$

$$A_{\text{в5}} = 10\,000 \cdot 4,44 = 44,4 \text{ т.грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал 1}} = 330 - 79,92 = 250,08 \text{ т.грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал 2}} = 250,08 - 79,92 = 170,16 \text{ т.грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал 3}} = 170,16 - 71,04 = 99,12 \text{ т.грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал 4}} = 99,12 - 44,4 = 54,72 \text{ т.грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал 5}} = 54,72 - 44,4 = 10,32 \text{ т.грн.}$$

Виробничий метод нарахування амортизації використовується для об'єктів основних засобів, які експлуатуються нерівномірно, наприклад, в разі неритмічності роботи устаткування; сезонному характері виробництва. Часто цей метод використовується для амортизації вантажних автомобілів.

Лекція 8. Ефективність використання основних засобів

План лекції

1. Ефективність використання основних засобів

Завдання на самостійну роботу студента

1. Напрями підвищення ефективності використання основних засобів

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник*/ за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ, 2009. 816 с.

2. *Економіка підприємства : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти* / Н. Ю. Рекова, Є. О. Підгора, В. В.Ровенська, В. С. Рижиков, О. В. Латишева, І. Ю. Єрфорт, Т. П. Гітис, І. І. Смирнова, С. В. Касьянюк. Краматорськ : ДДМА, 2021. 248 с. URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Ekonomika%20pidpriemstva_Pidgora_2%20\(2\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Ekonomika%20pidpriemstva_Pidgora_2%20(2).pdf).

1 Ефективність використання основних засобів

При оцінці ефективності використання основних засобів підприємства використовується дві групи показників:

- узагальнюючі;
- конкретні.

Узагальнюючі показники залежать від багатьох економічних і техніко-організаційних чинників і відображають кінцевий результат використання основних засобів. До них відносяться:

- фондвіддача;
- фондомісткість;
- фондоозброєність праці;
- рентабельність основних засобів;
- коефіцієнт введення основних засобів;
- коефіцієнт виведення основних засобів;
- коефіцієнт приросту вартості основних засобів;
- коефіцієнт зносу основних засобів;
- коефіцієнт придатності.

Фондвіддача характеризує величину виготовленої (реалізованої) продукції, що припадає на одиницю вартості основних засобів. Розраховується по підприємству як відношення вартості товарної, реалізованої або чистої продукції до середньорічної вартості основних засобів.

$$\Phi_{\text{в}} = \frac{O}{\Phi_{\text{ср.р}}} = \frac{\sum N_i \cdot Ц_i}{\Phi_{\text{ср.р}}} \left[\frac{\text{грн./рік}}{\text{грн.}} \right] \text{ або } [\text{Грн.}] \quad (1)$$

де O – річний обсяг випуску товарної, реалізованої або чистої продукції у вартісному вираженні, грн./рік;

$\Phi_{\text{ср.р}}$ – середньорічна вартість основних засобів підприємства, грн.;

N_i – обсяг випуску продукції в натуральному вираженні, шт. (т, м);

C_i – ціна одиниці виробу, грн./шт.

Для ефективного функціонування підприємства показник фондовіддачі повинен бути вище одиниці ($\Phi_{\text{в}} > 1$) і мати тенденцію до зростання.

Фондомісткість – це величина, обернена до показника фондовіддачі, визначає частину вартості основних засобів, що припадає на одиницю вартості продукції, що випускається, тобто показує на яку суму необхідно підприємству придбати основних засобів для випуску необхідного обсягу продукції.

$$\Phi_{\text{м}} = \frac{1}{\Phi_{\text{в}}} = \frac{\Phi_{\text{ср.р}}}{O} \left[\frac{\text{грн.}}{\text{грн./рік.}} \right] \text{ або } [\text{грн.}] \quad (2)$$

Для ефективного функціонування підприємства показник фондомісткості повинен бути менше одиниці ($\Phi_{\text{м}} < 1$) і мати тенденцію до зниження.

Фондоозброєність праці – це відношення вартості основних засобів до чисельності працівників підприємства (або його підрозділу).

$$\Phi_{\text{в}} = \frac{\Phi_{\text{ср.р}}}{Ч} \left[\frac{\text{грн.}}{\text{ос}} \right], \quad (3)$$

де $Ч$ – чисельність працівників, ос.

Ця величина повинна безперервно збільшуватися, тому що від неї залежить продуктивність праці. При цьому необхідно, щоб виконувалося співвідношення: темпи зростання продуктивності праці повинні бути вищими за темпи зростання фондоозброєності праці.

Рентабельність основних засобів – це показник ефективності використання основних засобів підприємства, який розраховується як відношення величини прибутку підприємства до середньорічної вартості основних засобів.

$$P_{\text{осн.з}} = \frac{\Pi}{\Phi_{\text{ср.р}}} \cdot 100 \%, \quad (4)$$

де Π – величина прибутку підприємства (використовується валовий, операційний або чистий прибуток), грн.

Цей показник повинен зростати по підприємству.

Коефіцієнт введення основних засобів у виробництво:

$$K_{\text{вв}} = \frac{\sum \Phi_{\text{вв}}}{\Phi_{\text{к.р}}} \cdot 100 \%, \quad (5)$$

де $\sum \Phi_{\text{ВВ}}$ – сума введених в експлуатацію основних засобів, грн;
 $\Phi_{\text{к.р}}$ – вартість основних засобів на кінець року, грн;
 $\Phi_{\text{к.р}} = \Phi_{\text{п.р}} + \sum \Phi_{\text{ВВ}} - \sum \Phi_{\text{ВВВ}}$;
тут $\Phi_{\text{п.р}}$ – вартість основних засобів на початок року, грн.
 $\sum \Phi_{\text{ВВВ}}$ – сума виведених з експлуатації основних засобів, грн.

Коефіцієнт виведення основних засобів з виробництва:

$$K_{\text{ВВВ}} = \frac{\sum \Phi_{\text{ВВВ}}}{\Phi_{\text{п.р}}} \cdot 100\%. \quad (6)$$

Коефіцієнт виведення основних засобів відображає частину виведених з експлуатації основних засобів у зв'язку з фізичним та моральним їх зносом і неможливістю їх подальшого використання у виробничому процесі.

Коефіцієнти введення і виведення основних засобів характеризують динаміку основних засобів у виробництві.

Коефіцієнт приросту вартості основних засобів:

$$K_{\text{прир}} = \frac{\Phi_{\text{к.р}}}{\Phi_{\text{п.р}}} \cdot 100\% - 100\% = \frac{\Phi_{\text{ВВ}} - \Phi_{\text{ВВВ}}}{\Phi_{\text{п.р}}} \cdot 100\%. \quad (7)$$

Коефіцієнт зносу показує яка частка вартості основних засобів підприємства вже перенесена на вартість продукції, що виготовляється підприємством (відображена у витратах на виробництво в попередніх періодах). Характеризує ступінь фізичного зносу основних засобів.

$$K_{\text{ЗН}} = \frac{\sum A_{\text{В}}}{\Phi_{\text{перв}}}, \quad (8)$$

де $\sum A_{\text{В}}$ – сума амортизаційних відрахувань за період експлуатації основних засобів, грн.

Коефіцієнт придатності основних засобів, навпаки, показує частку ще не зношеної вартості основних засобів, тобто можливість подальшого використання основних засобів.

$$K_{\text{пр}} = 1 - K_{\text{ЗН}}. \quad (9)$$

Коефіцієнти зносу та придатності основних засобів відносяться до показників зносу основних засобів.

Конкретні показники ефективності використання основних засобів характеризують рівень їх використання в залежності від окремих факторів. До них відносяться:

- показник *екстенсивного* використання основних засобів, що відображає рівень їх використання за часом;
- показник *інтенсивного* використання основних засобів, що відображає рівень їх використання за продуктивністю;
- показник *інтегрального* використання основних засобів, що враховує сукупний вплив усіх чинників – як екстенсивних, так і інтенсивних;
- коефіцієнт *змінності* роботи устаткування.

Конкретні показники характеризують ефективність використання окремих груп основних засобів.

Коефіцієнт екстенсивного використання устаткування:

$$K_{\text{екс}} = \frac{F_{\text{ф}}}{F_{\text{пл}}}, \quad (10)$$

де $F_{\text{ф}}$ – фактично відпрацьований устаткуванням час, год.;

$F_{\text{пл}}$ – час роботи устаткування за планом, год.

$$F_{\text{пл}} = (F_{\text{к}} - (B + \Pi)) \cdot T_{\text{зм}} \cdot Z_{\text{зм}} - T_{\text{пер}} - T_{\text{ППР}} \quad (11)$$

де $F_{\text{к}}$ – календарний фонд часу, дні;

B, Π – кількість вихідних і святкових днів, дн.;

$T_{\text{зм}}$ – тривалість робочої зміни, год.;

$Z_{\text{зм}}$ – кількість змін роботи устаткування на добу;

$T_{\text{пер}}$ – час технологічних перерв в роботі устаткування, год.;

$T_{\text{ППР}}$ – час планово-попереджувальних ремонтів устаткування, год.

Слід зазначити, що збільшення $K_{\text{екс}}$, а отже збільшення часу роботи основних засобів, – це екстенсивний шлях розвитку підприємства.

Коефіцієнт інтенсивного використання устаткування:

$$K_{\text{інт}} = \frac{B_{\text{ф}}}{B_{\text{пл}}} = \frac{O_{\text{ф}}}{O_{\text{пл}}} \quad (12)$$

де $B_{\text{ф}}$ – фактична продуктивність (виробіток) устаткування в одиницю часу, шт./рік.;

$B_{\text{пл}}$ – запланована (технічно обґрунтована) продуктивність устаткування в одиницю часу, шт./рік.

$O_{\text{ф}}$ – фактичний обсяг випуску продукції, шт. (грн.);

$O_{\text{пл}}$ – потенційно можливий обсяг випуску продукції (потужність виробництва), шт. (грн.).

Коефіцієнт інтегрального використання устаткування:

$$K_{\text{інтегр}} = K_{\text{екс}} \cdot K_{\text{інт}}. \quad (13)$$

Коефіцієнт змінності роботи устаткування показує скільки в середньому змін працює устаткування за добу.

$$K_{зм} = \frac{B_1+B_2+B_3}{B_3}, \quad (14)$$

де B_1, B_2, B_3 – число одиниць устаткування (наприклад, верстатів), що працює відповідно в 1, 2, 3 зміни, од.

B_3 – загальне число одиниць устаткування, встановленого на ділянці (в цеху, на підприємстві), од.

Формула розрахунку коефіцієнта змінності з урахуванням відпрацьованого часу устаткування:

$$K_{зм} = \frac{B_1 \cdot F_{д1} + B_2 \cdot F_{д2} + B_3 \cdot F_{д3}}{B_3 \cdot T_{зм}}, \quad (15)$$

де $F_{д1}, F_{д2}, F_{д3}$ – час роботи устаткування в 1, 2, 3 зміни, год.;

$T_{зм}$ – тривалість робочої зміни, год.

ТЕСТИ

Амортизація основних засобів – це

1. витрати на утримання основних засобів;
2. це процес поступового перенесення вартості основних засобів на вартість продукції, що виготовляється;
3. це показник ефективності використання основних засобів підприємства;

Вартість відтворення основних засобів в сучасних умовах виробництва. Вона враховує ті ж витрати, що і первісна вартість, але за сучасними діючими цінами – це

1. первісна вартість;
2. відновна вартість;
3. повна вартість;

Вартість основних засобів в новому, не спрацювала стані, тобто без урахування вартості зносу. Саме за цією вартістю основні засоби ставляться на баланс підприємства на протязі всього періоду їх функціонування:

1. первісна вартість;
2. відновна вартість;
3. повна вартість;

В цьому методі нарахування амортизації річна сума амортизації визначається як добуток фактичного річного обсягу продукції (робіт, послуг) та виробничої ставки амортизації. Виробнича ставка амортизації обчислюється діленням вартості, яка амортизується, на загальний обсяг продукції (робіт, послуг), який підприємства очікує виробити (виконати) з використанням об'єкта основних засобів.

1. прямолінійний метод;
2. метод зменшення залишкової вартості основних засобів;
3. метод прискореного зменшення залишкової вартості основних засобів;
4. виробничий метод;
5. кумулятивний метод;

До активної частини основних виробничих засобів відносяться

1. будівлі, споруди, інвентар;
2. будівлі, споруди, незавершене виробництво, готова продукція;
3. машини, обладнання, інструмент, транспортні засоби;
4. незавершене виробництво, машини, транспортні засоби;

До активної частини основних засобів відносяться:

1. робочі машини;
2. вимірювальні пристрої;
3. силові машини;
4. будівлі;
5. споруди;

До основних засобів відносяться

1. машини і обладнання;
2. готова продукція;
3. виробничі запаси;
4. транспортні засоби;
5. грошові кошти;

До пасивної частини основних виробничих засобів відносяться

1. машини, споруди, транспортні засоби, збутова мережа;
2. обладнання, силові та робочі машини, вимірювальні прилади і техніка;
3. будівлі, споруди, інвентар;

До складу основних виробничих засобів входять

1. будівлі, споруди, передавальні пристрої, обладнання, незавершене виробництво, інструменти та прилади, транспортні засоби;
2. будівлі, споруди, передавальні пристрої, транспортні засоби;
3. будівлі, споруди, машини, обладнання, транспортні засоби, інструменти та прилади, запаси сировини і матеріалів;

З яких джерел здійснюється формування амортизаційного фонду

1. статутного фонду підприємства;
2. чистого прибутку підприємства;
3. амортизаційних відрахувань;

Залишкова вартість основних засобів розраховується як

1. первісна або переоцінена вартість основних засобів за вирахуванням їх ліквідаційної вартості;
2. сума коштів, яку підприємство очікує отримати від ліквідації основних засобів після закінчення строку їх корисного використання;
3. первісна вартість основних засобів за вирахуванням суми зносу;
4. сума ціни придбання устаткування, витрат на його доставку та монтаж;

Згідно цього методу амортизації, вартість об'єкта основних засобів, що амортизується, рівномірно списується протягом всього терміну його використання. Цей метод характерний для пасивної частини основних засобів: будівлі, споруди, їх структурні компоненти

1. метод зменшення залишкової вартості;
2. метод прискореного зменшення залишкової вартості;
3. прямолінійний метод (метод прямолінійного списання);
4. кумулятивний метод;
5. виробничий метод;

Знос, який настає під впливом навколишнього середовища і експлуатаційних навантажень. Відбувається деформація деталей, зношуються поверхні тертя. Цей знос зменшує вартість основних засобів і робить їх непридатними до експлуатації

1. фізичний знос;
2. моральний знос;

Коефіцієнт зносу основних засобів характеризує їх

1. рух;
2. використання в часі;
3. використання по потужності;
4. ефективність використання;
5. технічний стан;

Коефіцієнт, який характеризує інтенсивність введення в дію нових об'єктів основних засобів – це

1. коефіцієнт введення;
2. коефіцієнт зносу;
3. коефіцієнт придатності;
4. коефіцієнт виведення;

Коефіцієнт, який характеризує інтенсивність вибуття основних засобів протягом розрахункового періоду – це

1. коефіцієнт введення;
2. коефіцієнт зносу;
3. коефіцієнт виведення;
4. коефіцієнт придатності;

Коефіцієнт, який показує, яка частка вартості основних засобів підприємства вже перенесена на вартість готової продукції. Інакше кажучи, характеризує ступінь зносу основних засобів – це

1. коефіцієнт введення;
2. коефіцієнт придатності;
3. коефіцієнт виведення;
4. коефіцієнт зносу;

Метод нарахування амортизації, за яким річна сума амортизації визначається діленням вартості, яка амортизується, на строк корисного використання об'єкта основних засобів, називається

1. зменшення залишкової вартості;
2. кумулятивний;
3. прискореного зменшення залишкової вартості;
4. виробничий;
5. прямолінійний;

Норма амортизації показує

1. частку вартості основних засобів, що щорічно переноситься на створену продукцію;
2. яка сума коштів витрачається на відтворення основних засобів;
3. нормативний термін експлуатації основних засобів;

Конкретними показниками ефективності використання основних засобів є

1. коефіцієнт змінності;
2. коефіцієнт інтенсивного використання обладнання;
3. фондоозброєність;
4. фондоддача;
5. фондомісткість;

Ознаками основних засобів підприємства як економічної категорії є

1. використовуються у виробничому процесі більше одного року;
2. підлягають амортизації;
3. переносять свою вартість на вартість готової продукції за один виробничий цикл;
4. в процесі експлуатації змінюють свою натуральну форму і властивості;

ЗАДАЧІ

Задача 1.

Визначити розмір показника фондівдача в плановому році на підставі наступних даних: обсяг випуску продукції у звітному році 800 т.грн., в плановому році передбачено зростання обсягу випуску продукції на 10%, сума основних засобів 200 т. грн.

Розв'язання

Величина фондівдачі визначається за формулою:

$$\Phi_{\text{в}} = \frac{O}{\Phi_{\text{ср.р}}}$$

де O – річний випуск товарної, реалізованої або чистої продукції у вартісному вираженні, грн./рік;

$\Phi_{\text{ср.р}}$ – середньорічна вартість основних засобів підприємства, грн.

$$\Phi_{\text{в}}(\text{пл}) = \frac{O_{\text{пл}}}{\Phi_{\text{ср.р}}(\text{пл})} = \frac{800 \cdot 1,1}{200} = \frac{880}{200} = 4,4 \frac{\text{грн./рік}}{\text{грн.}}$$

Задача 2.

Визначити середньорічну вартість основних засобів. Вартість на початок року – 90 млн. грн. Намічено ввести в експлуатацію нові виробничі засоби в квітні на 16 млн. грн. Вартість основних засобів, намічених до вибуття з липня місяця – 3 млн. грн.

Розв'язання

Середньорічна вартість основних засобів:

$$\Phi_{\text{ср.р}} = \Phi_{\text{п.р}} + \frac{\sum \Phi_{\text{вв}} \cdot T_{\text{вв}} - \sum \Phi_{\text{вив}} \cdot T_{\text{вив}}}{12}$$

де $\Phi_{\text{п.р}}$ – вартість основних засобів на початок року, грн.;

$\Phi_{\text{вв}}$ – вартість введених в експлуатацію основних засобів протягом року, грн.;

$\Phi_{\text{вив}}$ – вартість виведених з експлуатації основних засобів протягом року, грн.;

$T_{\text{вв}}$ – кількість місяців в році, протягом яких відпрацювали введені основні засоби (номер місяця введення в експлуатацію основних засобів);

$T_{\text{вив}}$ – кількість місяців в році, протягом яких були виведені з експлуатації основні засоби (номер місяця виведення з експлуатації основних засобів);

12 – кількість місяців у році.

Слід зазначити, що середньорічна вартість основних засобів розраховується в кінці року, тому номер місяців введення – виведення основних засобів приймаємо в зворотному порядку, починаючи з кінця року: грудень – 1, листопад – 2, жовтень – 3 і т.д. або за формулою:

$$T_{\text{вв}} (T_{\text{вив}}) = 13 - \text{№ місяця за календарем}$$

$$\Phi_{\text{ср.р}} = 90 + \frac{16 \cdot (13-4) - 3 \cdot (13-7)}{12} = 100,5 \text{ млн. грн.}$$

Задача 3.

Визначити показник фондівдачі у звітному й плановому роках. Обсяг випуску продукції у звітному році 560 т. грн., в плановому році передбачено зниження обсягу випуску продукції на 7%, сума основних засобів 220 т.грн.

Розв'язання

Величина фондівдачі визначається за формулою:

$$\Phi_{\text{в}} = \frac{O}{\Phi_{\text{ср.р}}}$$

де O – річний випуск товарної, реалізованої або чистої продукції у вартісному вираженні, грн./рік;

$\Phi_{\text{ср.р}}$ – середньорічна вартість основних засобів підприємства, грн.

$$\Phi_{\text{в}}(\text{ЗВ}) = \frac{\text{Озв.}}{\Phi_{\text{ср.р.}}(\text{зв.})} = \frac{560}{220} = 2,54 \frac{\text{грн./рік}}{\text{грн.}}$$

$$\Phi_{\text{в}}(\text{ПЛ}) = \frac{\text{Опл.}}{\Phi_{\text{ср.р.}}(\text{пл.})} = \frac{560 \cdot 0,93}{220} = \frac{520,8}{220} = 2,37 \frac{\text{грн./рік}}{\text{грн.}}$$

Задача 4.

Визначити показник фондівдачі. Підприємство випускає на рік виробів А в кількості 6 000 штук, Б – 1 500 штук, В – 2 600 штук. Оптова ціна кожного виробу відповідно 5; 7,5; 6,5 т.грн. Середньорічна вартість основних засобів підприємства становить 43 000 т.грн.

Розв'язання

Величина фондівдачі визначається за формулою:

$$\Phi_{\text{в}} = \frac{O}{\Phi_{\text{ср.р}}} = \frac{\sum N_i \cdot Ц_i}{\Phi_{\text{ср.р}}} \left[\frac{\text{грн./рік}}{\text{грн.}} \right] \text{ або } [\text{грн.}]$$

де O – річний випуск товарної, реалізованої або чистої продукції у вартісному вираженні, грн./рік;

$\Phi_{\text{ср.р}}$ – середньорічна вартість основних засобів підприємства, грн.

N_i – обсяг випуску продукції в натуральному вираженні, шт. (тон, м);

C_i – ціна одиниці виробу, грн./шт.

$$\Phi_{\text{в}} = \frac{6\,000 \cdot 5 + 1\,500 \cdot 7,5 + 2\,600 \cdot 6,5}{43\,000} = 1,35 \frac{\text{грн./рік}}{\text{грн.}}$$

Задача 5.

У звітному році підприємство випустило продукції на 1 420 млн. грн., при цьому фондвіддача склала 1,6 грн. Визначити середньорічну вартість основних засобів.

Розв'язання

1. Величина фондвіддачі визначається за формулою:

$$\Phi_{\text{в}} = \frac{O}{\Phi_{\text{ср.р}}}$$

де O – річний випуск товарної, реалізованої або чистої продукції у вартісному вираженні, грн./рік;

$\Phi_{\text{ср.р}}$ – середньорічна вартість основних засобів підприємства, грн.

З формули фондвіддачі величина середньорічної вартості основних засобів визначається:

$$\Phi_{\text{ср.р}} = \frac{O}{\Phi_{\text{в}}}$$

2. Визначення середньорічної вартості основних засобів:

$$\Phi_{\text{ср.р}} = \frac{1\,420}{1,6} = 887,5 \text{ млн. грн.}$$

Задача 6.

Визначити коефіцієнт екстенсивного використання устаткування. Верстат відпрацював за місяць 308 годин. У місяці 22 робочих дні, тривалість зміни 8 год., режим роботи 2 зміни, планом передбачено втрати часу на ремонт 3% в місяць.

Розв'язання

Визначення коефіцієнта екстенсивного використання устаткування:

$$K_{\text{екс}} = \frac{F_{\phi}}{F_{\text{пл}}}$$

де F_{ϕ} – фактично відпрацьований устаткуванням час, год.;

$F_{\text{пл}}$ – час роботи устаткування за планом, год.

$$F_{\text{пл}} = (F_{\text{к}} - (B + \Pi)) \cdot T_{\text{зм}} \cdot Z_{\text{зм}} - T_{\text{пер}} - T_{\text{ППР}}$$

де $F_{\text{к}}$ – календарний фонд часу, дні;

B, Π – кількість вихідних і святкових днів, дн.;

$T_{\text{зм}}$ – тривалість робочої зміни, год.;

$Z_{\text{зм}}$ – кількість змін роботи устаткування на добу;

$T_{\text{пер}}$ – час технологічних перерв в роботі устаткування, год.;

$T_{\text{ППР}}$ – час планово-попереджувальних ремонтів устаткування, год.

$$F_{\text{пл}} = 22 \cdot 8 \cdot 2 \cdot (1 - 0,03) = 341,4 \text{ год.}$$

$$K_{\text{екс}} = \frac{308}{341,4} = 0,902 = 90,2\%$$

Задача 7.

Визначити коефіцієнт інтенсивного використання устаткування. Фактичний обсяг випуску продукції 178 виробів в день. Планова продуктивність одиниці устаткування 25 шт.вир./год. Тривалість зміни – 8 год., час перерв 0,5 год.

Розв'язання

Визначення коефіцієнта інтенсивного використання устаткування:

$$K_{\text{інт}} = \frac{B_{\phi}}{B_{\text{пл}}} = \frac{O_{\phi}}{O_{\text{пл}}}$$

де B_{ϕ} – фактична продуктивність (виробіток) устаткування в одиницю часу, шт./рік.;

$B_{\text{пл}}$ – запланована (технічно обґрунтована) продуктивність устаткування в одиницю часу, шт./рік.

O_{ϕ} – фактичний обсяг випуску продукції, шт. (грн.);

$O_{\text{пл}}$ – потенційно можливий обсяг випуску продукції (потужність виробництва), шт. (грн.).

$$K_{\text{інт}} = \frac{O_{\phi}}{O_{\text{пл}}} = \frac{178}{25 \cdot (8 - 0,5)} = \frac{178}{187,5} = 0,949 = 94,9\%$$

Задача 8.

Визначити середньорічну вартість основних засобів цеху, структуру основних засобів, коефіцієнти введення і виведення основних засобів, питому вагу активної і пасивної частини основних засобів на кінець року, коефіцієнт приросту основних засобів. Дані про динаміку основних засобів цеху представлені в табл. 1.

Таблиця 1 – Дані про динаміку основних засобів цеху

Основні засоби цеху	Вартість основних засобів цеху, млн.грн.		
	На початок року	Введення основних засобів	Виведення основних засобів
Будівлі	320	110	40
Споруди	295	–	38
Передавальні пристрої	94	25	–
Силові машини	180	77	52
Робочі машини	215	95	35
Транспорт	66	–	15
Комп'ютерні засоби	152	45	10
Інструмент	10	8	4

Розв'язання

1. Визначення вартості основних засобів цеху на кінець року і даних про структуру основних засобів на початок року, на кінець року і зміну структури основних засобів (табл. 2).

Таблиця 2 – Розрахунок вартості основних засобів цеху на кінець року і структури основних засобів

Основні засоби цеху	Вартість основних засобів цеху, млн.грн.				Структура основних засобів, %		
	на початок року	введення основних засобів	виведення основних засобів	на кінець року	на початок року	на кінець року	абс. відх., ±
Будівлі	320	110	40	390	24	26	2
Споруди	295	–	38	257	22,1	17,1	–5
Передавальні пристрої	94	25	–	119	7,1	8,1	1
Силові машини	180	77	52	205	13,5	13,7	0,2
Робочі машини	215	95	35	275	16,1	18,3	2,2
Транспорт	66	–	15	51	5	3,4	–1,6
Комп'ютерні засоби	152	45	10	187	11,4	12,5	1,1
Інструмент	10	8	4	14	0,8	0,9	0,1
Разом	1 332	360	194	1 498	100	100	–

2. Визначення середньорічної вартості основних засобів:

$$\Phi_{\text{ср.р}} = \frac{\Phi_{\text{п.р}} + \Phi_{\text{к.р}}}{2}$$

де $\Phi_{\text{п.р}}$, $\Phi_{\text{к.р}}$ – вартість основних засобів на початок і кінець року.

$$\Phi_{\text{ср.р}} = \frac{1\,332 + 1\,498}{2} = 1\,415 \text{ млн. грн.}$$

3. Визначення коефіцієнтів введення й виведення основних засобів:

$$K_{\text{ВВ}} = \frac{\sum \Phi_{\text{ВВ}}}{\Phi_{\text{к.р}}} \cdot 100\%$$

де $\sum \Phi_{\text{ВВ}}$ – сума введених в експлуатацію основних засобів, грн.;
 $\Phi_{\text{к.р}}$ – вартість основних засобів на кінець року, грн.

$$\Phi_{\text{к.р}} = \Phi_{\text{п.р}} + \sum \Phi_{\text{ВВ}} - \sum \Phi_{\text{ВВВ}}$$

де $\Phi_{\text{п.р}}$ – вартість основних засобів на початок року, грн.
 $\sum \Phi_{\text{ВВВ}}$ – сума виведених з експлуатації основних засобів, грн.

$$K_{\text{ВВВ}} = \frac{\sum \Phi_{\text{ВВВ}}}{\Phi_{\text{п.р}}} \cdot 100\%$$

$$K_{\text{ВВ}} = \frac{360}{1\,498} = 0,24 = 24\%$$

$$K_{\text{ВВВ}} = \frac{194}{1\,332} = 0,146 = 14,6\%$$

4. Визначення вартості активної й пасивної частини основних засобів:

$$\text{Акт. осн. засоби к. р} = 205 + 275 + 51 + 187 + 14 = 732 \text{ млн. грн.}$$

$$\text{Пас. осн. засоби к. р} = 390 + 257 + 119 = 766 \text{ млн. грн.}$$

5. Визначення питомої ваги активної й пасивної частини основних засобів:

$$\text{Питома вага акт. частини ОЗ к. р} = \frac{732}{1\,498} = 0,489 = 48,9\%$$

$$\text{Питома вага пас. частини ОЗ к. р} = \frac{766}{1\,498} = 0,511 = 51,1\%$$

6. Визначення коефіцієнта приросту основних засобів:

$$K_{\text{пр}} = \frac{\Phi_{\text{к.р}}}{\Phi_{\text{п.р}}} \cdot 100\% - 100\% = \frac{1\,498}{1\,332} \cdot 100\% - 100\% = 12,5\%$$

Задача 9.

Визначити середньорічну вартість основних засобів підприємства, вартість основних засобів на кінець року, коефіцієнти введення й виведення основних засобів. Відомо, що вартість основних засобів на початок року становить 1 918 млн. грн. Введення й виведення основних засобів протягом року відображені в табл. 1.

Таблиця 1 – Дані про введення й виведення основних засобів на протязі року

Місяць	Основні засоби, млн.грн.	
	Введено	Виведено
Лютий	40	6
Березень	25	–
Травень	55	12
Червень	18	–
Серпень	70	10
Вересень	17	–
Листопад	25	–

Розв'язання

1. Визначення середньорічної вартості основних засобів підприємства:

$$\Phi_{\text{ср.р}} = \Phi_{\text{п.р}} + \frac{\sum \Phi_{\text{вв}} \cdot T_{\text{вв}} - \sum \Phi_{\text{вив}} \cdot T_{\text{вив}}}{12}$$

де $\Phi_{\text{п.р}}$ – вартість основних засобів на початок року, грн.;

$\Phi_{\text{вв}}$ – вартість введених в експлуатацію основних засобів протягом року, грн.;

$\Phi_{\text{вив}}$ – вартість виведених з експлуатації основних засобів протягом року, грн.;

$T_{\text{вв}}$ – кількість місяців в році, протягом яких відпрацювали введені основні засоби (номер місяця введення в експлуатацію основних засобів);

$T_{\text{вив}}$ – кількість місяців в році, протягом яких були виведені з експлуатації основні засоби (номер місяця виведення з експлуатації основних засобів);

12 – кількість місяців у році.

Слід зазначити, що середньорічна вартість основних засобів розраховується в кінці року, тому номер місяців введення – виведення основних засобів приймаємо в зворотному порядку, починаючи з кінця року: грудень – 1, листопад – 2, жовтень – 3 і т.д. або за формулою:

$$T_{\text{ВВ}} (T_{\text{ВВІВ}}) = 13 - \text{№ місяця за календарем}$$

$$\Phi_{\text{ср.р}} = 1\,918 + \frac{40 \cdot 11 + 25 \cdot 10 + 55 \cdot 8 + 18 \cdot 7 + 70 \cdot 5 + 17 \cdot 4 + 25 \cdot 2}{12} - \frac{6 \cdot 11 + 12 \cdot 8 + 10 \cdot 5}{12} = 2\,043,99 \text{ млн. грн.}$$

2. Визначення вартості основних засобів на кінець року:

$$\Phi_{\text{к.р}} = \Phi_{\text{п.р}} + \sum \Phi_{\text{ВВ}} - \sum \Phi_{\text{ВІВ}}$$

$$\Phi_{\text{к.р}} = 1918 + 40 + 25 + 55 + 18 + 70 + 17 + 25 - 6 - 12 - 10 = 2140 \text{ млн. грн.}$$

3. Визначення коефіцієнтів введення й виведення основних засобів:

$$K_{\text{ВВ}} = \frac{\sum \Phi_{\text{ВВ}}}{\Phi_{\text{к.р}}} \cdot 100\%$$

де $\sum \Phi_{\text{ВВ}}$ – сума введених в експлуатацію основних засобів, грн.;

$\Phi_{\text{к.р}}$ – вартість основних засобів на кінець року, грн.

$$\Phi_{\text{к.р}} = \Phi_{\text{п.р}} + \sum \Phi_{\text{ВВ}} - \sum \Phi_{\text{ВІВ}}$$

$\Phi_{\text{п.р}}$ – вартість основних засобів на початок року, грн.

$\sum \Phi_{\text{ВІВ}}$ – сума виведених з експлуатації основних засобів, грн.

$$K_{\text{ВВ}} = \frac{40+25+55+18+70+17+25}{2140} = 0,117 = 11,7 \%$$

$$K_{\text{ВІВ}} = \frac{\Phi_{\text{ВІВ}}}{\Phi_{\text{п.р}}}$$

$$K_{\text{ВІВ}} = \frac{6+12+10}{1918} = 0,015 = 1,5 \%$$

Висновок: $K_{\text{ВВ}}$ перевищує $K_{\text{ВІВ}}$, тобто оновлення основних засобів проводиться більш інтенсивно, ніж вибуття основних засобів з експлуатації.

Задача 10.

Розрахувати показники ефективності використання основних засобів:

- середньорічну вартість основних засобів;
- вартість основних засобів на кінець року;
- фондвіддачу, фондомісткість, фондоозброєність;
- коефіцієнти оновлення та вибуття.

Вартість основних засобів підприємства на початок року – 75,4 млн. грн. Вартість основних засобів, що вводяться в експлуатацію в квітні планового року, – 25,1 млн. грн. Вартість основних засобів, що виведені з експлуатації в червні планового року, – 6,5 млн. грн. Річний обсяг реалізованої продукції – 135 млн. грн. Середньооблікова чисельність промислово-виробничого персоналу підприємства – 218 ос.

Розв'язання

1. Визначення середньорічної вартості основних засобів підприємства:

$$\Phi_{\text{ср.р}} = \Phi_{\text{п.р}} + \frac{\sum \Phi_{\text{вв}} \cdot T_{\text{вв}} - \sum \Phi_{\text{вив}} \cdot T_{\text{вив}}}{12}$$

де $\Phi_{\text{п.р}}$ – вартість основних засобів на початок року, грн.;

$\Phi_{\text{вв}}$ – вартість введених в експлуатацію основних засобів протягом року, грн.;

$\Phi_{\text{вив}}$ – вартість виведених з експлуатації основних засобів протягом року, грн.;

$T_{\text{вв}}$ – кількість місяців в році, протягом яких відпрацювали введені основні засоби (номер місяця введення в експлуатацію основних засобів);

$T_{\text{вив}}$ – кількість місяців в році, протягом яких були виведені з експлуатації основні засоби (номер місяця виведення з експлуатації основних засобів);

12 – кількість місяців у році.

Слід зазначити, що середньорічна вартість основних засобів розраховується в кінці року, тому номер місяців введення – виведення основних засобів приймаємо в зворотному порядку, починаючи з кінця року: грудень – 1, листопад – 2, жовтень – 3 і т.д. або за формулою:

$$T_{\text{вв}} (T_{\text{вив}}) = 13 - \text{№ місяця за календарем}$$

$$\Phi_{\text{ср.р}} = 75,4 + \frac{25,1 \cdot (13-4) - 6,5 \cdot (13-6)}{12} = 90,43 \text{ млн. грн.}$$

2. Визначення вартості основних засобів на кінець року:

$$\Phi_{\text{к.р}} = \Phi_{\text{п.р}} + \sum \Phi_{\text{вв}} - \sum \Phi_{\text{вив}}$$

$$\Phi_{\text{к.р}} = 75,4 + 25,1 - 6,5 = 94 \text{ млн. грн.}$$

3. Визначення фондівіддачі основних засобів:

$$\Phi_{\text{в}} = \frac{0}{\Phi_{\text{ср.р}}}$$

де O – річний випуск товарної, реалізованої або чистої продукції у вартісному вираженні, грн./рік;

$\Phi_{\text{ср.р}}$ – середньорічна вартість основних засобів підприємства, грн.

$$\Phi_{\text{В}} = \frac{135}{90,43} = 1,49 \frac{\text{грн./рік}}{\text{грн.}}$$

4. Визначення фондомісткості продукції, що випускається:

$$\Phi_{\text{М}} = \frac{\Phi_{\text{ср.р}}}{O} = \frac{1}{\Phi_{\text{М}}}$$

$$\Phi_{\text{М}} = \frac{90,43}{135} = \frac{1}{1,49} = 0,67 \frac{\text{грн.}}{\text{грн./рік}}$$

5. Визначення фондоозброєності праці виробничо-промислового персоналу:

$$\Phi_{\text{озб}} = \frac{\Phi_{\text{ср.р}}}{\text{Ч}}$$

де Ч – чисельність виробничо-промислового персоналу, ос.

$$\Phi_{\text{озб}} = \frac{90,43}{218} = 0,41482 \frac{\text{млн.грн.}}{\text{ос.}} = 414,82 \frac{\text{т.грн.}}{\text{ос.}}$$

5. Визначимо коефіцієнт введення й виведення основних засобів:

$$K_{\text{ВВ}} = \frac{\sum \Phi_{\text{ВВ}}}{\Phi_{\text{к.р}}} \cdot 100\%$$

де $\sum \Phi_{\text{ВВ}}$ – сума введених в експлуатацію основних засобів, грн.;

$\Phi_{\text{к.р}}$ – вартість основних засобів на кінець року, грн.

$\Phi_{\text{к.р}} = \Phi_{\text{п.р}} + \sum \Phi_{\text{ВВ}} - \sum \Phi_{\text{ВВВ}}$

$\Phi_{\text{п.р}}$ – вартість основних засобів на початок року, грн.

$\sum \Phi_{\text{ВВВ}}$ – сума виведених з експлуатації основних засобів, грн.

$$K_{\text{ВВ}} = \frac{25,1}{94} = 0,267 = 26,7\%$$

$$K_{\text{ВВВ}} = \frac{\Phi_{\text{ВВВ}}}{\Phi_{\text{п.р}}}$$

$$K_{\text{ВВВ}} = \frac{6,5}{75,4} = 0,086 = 8,6 \%$$

Висновок: Квв перевищує Квив, тобто оновлення основних засобів ведеться більш інтенсивно, ніж виведення основних засобів з експлуатації.

Задача 11.

У звітному році підприємство випустило продукції на 4 700 млн. грн., при цьому фондівдача склала 1,9 грн. У плановому році випуск продукції зросте на 550 млн. грн., а середньорічна вартість основних засобів знизиться на 250 млн. грн. Визначити фондівдачу в плановому році.

Розв'язання

1. Формула визначення фондівдачі основних засобів:

$$\Phi_{\text{в}} = \frac{O}{\Phi_{\text{ср.р}}}$$

де O – річний випуск товарної, реалізованої або чистої продукції у вартісному вираженні, грн./рік;

$\Phi_{\text{ср.р}}$ – середньорічна вартість основних засобів підприємства, грн.

З формули фондівдачі величина середньорічної вартості основних засобів визначається:

$$\Phi_{\text{ср.р}} = \frac{O}{\Phi_{\text{в}}}$$

2. Визначення середньорічної вартості основних засобів у звітному періоді:

$$\Phi_{\text{ср.р}}(\text{зв}) = \frac{4\,700}{1,9} = 2\,473,68 \text{ млн. грн.}$$

3. Обсяг випуску продукції в плановому році:

$$\text{Опл} = 4\,700 + 550 = 5\,250 \text{ млн. грн.}$$

4. Середньорічна вартість основних засобів в плановому році:

$$\Phi_{\text{ср.р}}(\text{пл}) = 2\,473,68 - 250 = 2\,223,68 \text{ млн. грн.}$$

5. Визначення величини фондівдачі підприємства в плановому році:

$$\Phi_{\text{в}}(\text{пл}) = \frac{\text{Опл}}{\Phi_{\text{ср.р}}(\text{пл})} = \frac{5\,250}{2\,223,68} = 2,36 \frac{\text{грн./рік}}{\text{грн.}}$$

Задача 12.

Підприємство має основних засобів на 1 000 млн. грн. Обсяг товарної продукції в поточному році склав 3 000 млн. грн., чисельність персоналу підприємства 800 осіб. У планованому році обсяг товарної продукції зросте на 7%, а вартість основних засобів підприємства знизиться на 15%. Визначити зміну показників фондівіддачі, фондомісткості і фондоозброєності праці.

Розв'язання

1. Визначення величини фондівіддачі у базовому й плановому роках:

$$\Phi_{\text{в}}(\text{б}) = \frac{O_{\text{б}}}{\Phi_{\text{ср.р}}(\text{б})} = \frac{3\,000}{1\,000} = 3 \frac{\text{грн./рік}}{\text{грн.}}$$

де O – річний випуск товарної, реалізованої або чистої продукції у вартісному вираженні, грн./рік;

$\Phi_{\text{ср.р.}}$ – середньорічна вартість основних засобів підприємства, грн.

$$\begin{aligned}\Phi_{\text{в}}(\text{пл}) &= \frac{O_{\text{пл}}}{\Phi_{\text{ср.р}}(\text{пл})} = \frac{O(\text{б}) \cdot 1,07}{\Phi_{\text{ср.р}}(\text{б}) \cdot 0,85} = \frac{3\,000 \cdot 1,07}{1\,000 \cdot 0,85} = \frac{3\,210}{850} \\ &= 3,78 \frac{\text{грн./рік}}{\text{грн.}}\end{aligned}$$

2. Визначення абсолютного відхилення величини фондівіддачі:

$$\Delta\Phi_{\text{в}} = 3,78 - 3 = 0,78 \text{ грн.}$$

Позитивна тенденція, зростання фондівіддачі на 0,78 грн.

3. Визначення величини фондомісткості продукції в базовому й плановому роках:

$$\Phi_{\text{м}}(\text{б}) = \frac{1}{\Phi_{\text{в}}(\text{б})} = \frac{1}{3} = 0,33 \frac{\text{грн.}}{\text{грн./рік}}$$

$$\Phi_{\text{м}}(\text{пл}) = \frac{1}{\Phi_{\text{в}}(\text{пл})} = \frac{1}{3,78} = 0,26 \frac{\text{грн.}}{\text{грн./год}}$$

4. Визначення абсолютного відхилення величини фондомісткості:

$$\Delta\Phi_{\text{м}} = 0,26 - 0,33 = -0,07 \text{ грн.}$$

Позитивна тенденція, зниження фондомісткості продукції на 0,07 грн.

5. Визначення величини фондоозброєності праці в базовому й плановому роках:

$$\Phi_{\text{озб}}(\text{б}) = \frac{\Phi_{\text{ср.р}}(\text{б})}{\text{ч}} = \frac{1\,000\,000}{800} = 1\,250 \frac{\text{т.грн.}}{\text{ос.}}$$

$$\Phi_{\text{озб}}(\text{пл}) = \frac{\Phi_{\text{ср.р}}(\text{пл})}{\text{ч}} = \frac{850\,000}{800} = 1\,062,5 \frac{\text{т.грн.}}{\text{ос.}}$$

6. Визначення абсолютного відхилення величини фондоозброєності праці:

$$\Delta\Phi_{\text{В}} = 1\,062,5 - 1\,250 = -187,5 \frac{\text{т.грн.}}{\text{ос.}}$$

Негативна тенденція, зниження фондоозброєності праці на 187,5 т.грн./ос.

Задача 13.

Визначити середньорічну вартість основних засобів підприємства.

До складу підприємства входять два цехи, загальна вартість основних засобів цих цехів на початок року – 220 млн. грн., у т. ч. Вартість основних засобів по першому цеху – 80 млн. грн.; по другому – 140 млн. грн. Передбачається введення нових основних засобів на загальну суму 40 млн. грн., у т. ч. по першому цеху вводиться основних засобів на 10 млн. грн., по другому вводиться основних засобів на 30 млн. грн. Передбачається виведення основних засобів на загальну суму 14 млн. грн., у т. ч. по першому цеху виводиться основних засобів на суму 4 млн. грн., по другому – 10 млн. грн. Введення і виведення відбувається поступово.

Введення. По першому цеху – в березні 40%, в липні 60% від вартості основних засобів, що вводяться по цьому цеху; по другому цеху – в квітні 20% від вартості основних засобів, що вводяться, у вересні 80% від вартості основних засобів, що вводяться.

Виведення. По першому цеху – в березні – 20% від вартості основних засобів, які виводяться, в червні 40% від вартості основних засобів, що виводяться, в серпні також 40%; по другому цеху в березні 20% від вартості основних засобів, що виводяться, в червні 40% від вартості основних засобів, що виводяться, в жовтні також 40%.

Розв'язання

1. Визначення середньорічної вартості основних засобів по першому цеху:

$$\Phi_{\text{ср.р}} = \Phi_{\text{п.р}} + \frac{\sum \Phi_{\text{ВВ}} \cdot T_{\text{ВВ}} - \sum \Phi_{\text{ВВ}} \cdot T_{\text{ВВ}}}{12}$$

де $\Phi_{\text{п.р}}$ – вартість основних засобів на початок року, грн.;

$\Phi_{\text{ВВ}}$ – вартість введених в експлуатацію основних засобів протягом року, грн.;

$\Phi_{\text{вив}}$ – вартість виведених з експлуатації основних засобів протягом року, грн.;

$T_{\text{вв}}$ – кількість місяців в році, протягом яких відпрацювали введені основні засоби (номер місяця введення в експлуатацію основних засобів);

$T_{\text{вив}}$ – кількість місяців в році, протягом яких були виведені з експлуатації основні засоби (номер місяця виведення з експлуатації основних засобів);

12 – кількість місяців у році.

Слід зазначити, що середньорічна вартість основних засобів розраховується в кінці року, тому номер місяців введення – виведення основних засобів приймаємо в зворотному порядку, починаючи з кінця року: грудень – 1, листопад – 2, жовтень – 3 і т.д. або за формулою:

$$T_{\text{вв}} (T_{\text{вив}}) = 13 - \text{№ місяця за календарем}$$

$$\Phi_{\text{ср.р } 1} = 80 + \frac{10 \cdot 0,4 \cdot (13-3) + 10 \cdot 0,6 \cdot (13-7)}{12} - \frac{4 \cdot 0,2 \cdot (13-3) + 4 \cdot 0,4 \cdot (13-6) + 4 \cdot 0,4 \cdot (13-8)}{12} = 84,07 \text{ млн. грн.}$$

2. Визначення середньорічної вартості основних засобів по другому цеху:

$$\Phi_{\text{ср.р } 2} = 140 + \frac{30 \cdot 0,2 \cdot (13-4) + 30 \cdot 0,8 \cdot (13-9)}{12} - \frac{10 \cdot 0,2 \cdot (13-3) + 10 \cdot 0,4 \cdot (13-6) + 10 \cdot 0,4 \cdot (13-10)}{12} = 147,5 \text{ млн. грн.}$$

3. Визначення середньорічної вартості основних засобів по підприємству:

$$\Phi_{\text{ср.р } \Sigma} = 231,57 \text{ млн. грн.}$$

Задача 14.

Визначити коефіцієнти екстенсивного та інтенсивного використання устаткування, фондівдачу в базовому й звітному роках.

Число вихідних і святкових днів у базовому й звітному роках – 110 днів, календарних – 365 жнів. Режим роботи – дві зміни. Тривалість зміни – 8 годин.

Вихідні дані:

Показники	Базовий рік	Звітний рік
Обсяг товарної продукції, млн.грн.	2 240	2 670
Середньорічна виробнича потужність, млн.грн.	2 700	2 780
Середньорічна вартість основних засобів, млн. грн.	1 244	1 271
Фактично відпрацьований час (в середньому на одиницю устаткування) за рік, год.	3 340	3 649
Планові втрати робочого часу на ремонт устаткування, % від номінального фонду	7	4

Розв'язання

1. Визначення коефіцієнта екстенсивного використання устаткування:

$$K_{\text{екс}} = \frac{F_{\text{ф}}}{F_{\text{пл}}}$$

де $F_{\text{ф}}$ – фактично відпрацьований устаткуванням час, год.;

$F_{\text{пл}}$ – час роботи устаткування за планом, год.

$$F_{\text{пл}} = (F_{\text{к}} - (B + \Pi)) \cdot T_{\text{зм}} \cdot Z_{\text{зм}} - T_{\text{пер}} - T_{\text{ППР}}$$

де $F_{\text{к}}$ – календарний фонд часу, дні;

B, Π – кількість вихідних і святкових днів, дн.;

$T_{\text{зм}}$ – тривалість робочої зміни, год.;

$Z_{\text{зм}}$ – кількість змін роботи устаткування на добу;

$T_{\text{пер}}$ – час технологічних перерв в роботі устаткування, год.;

$T_{\text{ППР}}$ – час планово-попереджувальних ремонтів устаткування, год.

$$F_{\text{пл.баз}} = (365 - 110) \cdot 8 \cdot 2 \cdot (1 - 0,07) = 3\,794,4 \text{ год.}$$

$$F_{\text{пл.зв}} = (365 - 110) \cdot 8 \cdot 2 \cdot (1 - 0,04) = 3\,916,8 \text{ год.}$$

$$K_{\text{екс.баз}} = \frac{3\,340}{3\,794,4} = 0,88$$

$$K_{\text{екс.зв}} = \frac{3\,649}{3\,916,8} = 0,93$$

2. Визначення коефіцієнта інтенсивного використання основних засобів:

$$K_{\text{інт}} = \frac{B_{\text{ф}}}{B_{\text{пл}}} = \frac{O_{\text{ф}}}{O_{\text{пл}}}$$

де $B_{\text{ф}}$ – фактична продуктивність (виробіток) устаткування в одиницю часу, шт./рік.;

$B_{\text{пл}}$ – запланована (технічно обґрунтована) продуктивність устаткування в одиницю часу, шт./рік.

$O_{\text{ф}}$ – фактичний обсяг випуску продукції, шт. (грн.);

$O_{\text{пл}}$ – потенційно можливий обсяг випуску продукції (потужність виробництва), шт. (грн.).

$$K_{\text{інт.баз}} = \frac{2\,240}{2\,700} = 0,83$$

$$K_{\text{інт.зв}} = \frac{2\,670}{2\,780} = 0,96$$

3. Визначення величини фондівіддачі:

$$\Phi_{\text{в}} = \frac{O}{\Phi_{\text{ср.р}}}$$

де O – річний випуск товарної, реалізованої або чистої продукції у вартісному вираженні, грн./рік;

$\Phi_{\text{ср.р}}$ – середньорічна вартість основних засобів підприємства, грн.

$$\Phi_{\text{в баз}} = \frac{O_{\text{баз}}}{\Phi_{\text{ср.р. (баз)}}} = \frac{2240}{1244} = 1,8 \frac{\text{грн./рік}}{\text{грн.}}$$

$$\Phi_{\text{в зв}} = \frac{O_{\text{зв}}}{\Phi_{\text{ср.р. (зв)}}} = \frac{2670}{1271} = 2,1 \frac{\text{грн./рік}}{\text{грн.}}$$

Задача 15.

Підприємство придбало будівлю цеху первісною вартістю 610 000 т.грн. Ліквідаційна вартість будівлі після її експлуатації за попередніми оцінками може скласти 85 т. грн. Строк корисного використання об'єкту – 20 років. Розрахувати амортизаційні відрахування й балансову вартість об'єкту прямолінійним методом (методом прямолінійного списання) за 5 років експлуатації.

Розв'язання

1. Визначення норми амортизаційних відрахувань:

$$N_a = \frac{\Phi_{\text{перв}} - \Phi_{\text{л}}}{\Phi_{\text{перв}} \cdot T_{\text{екс}}} \cdot 100\%$$

де $\Phi_{\text{перв}}$ – первісна вартість об'єкта основних засобів, грн.;

$\Phi_{\text{л}}$ – ліквідаційна вартість об'єкта основних засобів, грн.;

$(\Phi_{\text{перв}} - \Phi_{\text{л}})$ – вартість, яка амортизується, грн.;

$T_{\text{екс}}$ – термін корисної експлуатації (використання) основних засобів, рік.

$$N_a = \frac{610\,000 - 85}{610\,000 \cdot 20} \cdot 100\% = 5\%$$

2. Визначення річної суми амортизаційних відрахувань:

$$A_{\text{в}} = \frac{\Phi_{\text{перв.,бал (зал)}} \cdot N_a}{100\%}$$

$\Phi_{\text{перв.,бал(зал)}}$ – первісна, балансова (залишкова) вартість основних засобів на початок звітнього періоду, грн.;

N_a – норма амортизації, %.

$$A_B = \frac{610\,000 \cdot 5}{100} = 30\,500 \text{ т.грн.}$$

3. Визначення залишкової (балансової) вартості основних засобів після 1-го року експлуатації об'єкта основних засобів:

$$\Phi_{\text{бал.(зал)}i} = \Phi_{\text{бал.(зал)}i-1}(\Phi_{\text{перв}}) - A_B$$

$$\Phi_{\text{зал } 1} = \Phi_{\text{перв}} - A_B = 610\,000 - 30\,500 = 579\,500 \text{ т.грн.}$$

4. Визначення залишкової (балансової) вартості основних засобів після 2-го року експлуатації об'єкта основних засобів:

$$\Phi_{\text{зал } 2} = \Phi_{\text{зал } 1} - A_B = 579\,500 - 30\,500 = 549\,000 \text{ т.грн.}$$

5. Визначення залишкової (балансової) вартості основних засобів після 3-го року експлуатації об'єкта основних засобів:

$$\Phi_{\text{зал } 3} = \Phi_{\text{зал } 2} - A_B = 549\,000 - 30\,500 = 518\,500 \text{ т.грн.}$$

6. Визначення залишкової (балансової) вартості основних засобів після 4-го року експлуатації об'єкта основних засобів:

$$\Phi_{\text{зал } 4} = \Phi_{\text{зал } 3} - A_B = 518\,500 - 30\,500 = 488\,000 \text{ т.грн.}$$

7. Визначення залишкової (балансової) вартості основних засобів після 5-го року експлуатації об'єкта основних засобів:

$$\Phi_{\text{зал } 5} = \Phi_{\text{зал } 4} - A_B = 488\,000 - 30\,500 = 457\,500 \text{ т.грн.}$$

Задача 16.

Підприємство придбало комп'ютерне обладнання первісною вартістю 815 000 грн. Ліквідаційна вартість обладнання після його експлуатації за попередніми оцінками може скласти 15 000 грн. Строк корисного використання об'єкту – 2 роки. Розрахувати амортизаційні відрахування й балансову вартість методом зменшення залишкової вартості.

Розв'язання

1. Визначення норму амортизаційних відрахувань:

$$N_a = \left(1 - \sqrt[T_{\text{экс.}}]{\frac{\Phi_{\text{л}}}{\Phi_{\text{перв}}}}\right) \cdot 100\%$$

$$N_a = \left(1 - \sqrt{\frac{15\,000}{815\,000}}\right) \cdot 100\% = 86,5\%$$

2. Визначення річної суми амортизаційних відрахувань за 1-й рік експлуатації об'єкта основних засобів:

$$A_{\text{вi}} = \frac{\Phi_{\text{бал (зал) i-1}} \cdot N_a}{100\%}$$

$$A_{\text{в1}} = \frac{815\,000 \cdot 86,5}{100\%} = 704\,975 \text{ грн.}$$

3. Визначення залишкової (балансової) вартості основних засобів після 1-го року експлуатації об'єкта основних засобів:

$$\Phi_{\text{бал (зал) i}} = \Phi_{\text{бал (зал) i-1}} - A_{\text{вi}}$$

$$\Phi_{\text{зал 1}} = \Phi_{\text{перв}} - A_{\text{в1}} = 815\,000 - 704\,975 = 110\,025 \text{ грн.}$$

4. Визначення річної суми амортизаційних відрахувань за 2-й рік експлуатації об'єкта основних засобів:

$$A_{\text{в2}} = \frac{110\,025 \cdot 86,5}{100\%} = 95\,171,63 \text{ грн.}$$

5. Визначення залишкової (балансової) вартості основних засобів після 2-го року експлуатації об'єкта основних засобів:

$$\Phi_{\text{зал 2}} = \Phi_{\text{зал 1}} - A_{\text{в2}} = 110\,025 - 95\,171,63 = 14\,853,37 \text{ грн.}$$

Задача 17.

Підприємство придбало виробниче устаткування первісною вартістю 356 150 грн. Строк корисного використання об'єкту – 5 років. Розрахувати амортизаційні відрахування й балансову вартість методом прискореного зменшення залишкової вартості.

Розв'язання

1. Визначення норми амортизаційних відрахувань:

$$N_a = 2 \cdot \frac{1}{T_{\text{екс}}} 100\%$$

$$N_a = 2 \cdot \frac{1}{5} 100\% = 40\%$$

2. Визначення річної суми амортизаційних відрахувань за 1-й рік експлуатації об'єкта основних засобів:

$$A_{вi} = \frac{\Phi_{\text{бал.}(зал)_{i-1}} \cdot N_a}{100\%}$$

$$A_{в1} = \frac{356\,150 \cdot 40}{100\%} = 142\,460 \text{ грн.}$$

3. Визначення залишкової (балансової) вартості основних засобів після 1-го року експлуатації об'єкта основних засобів:

$$\Phi_{\text{бал.}(зал)_i} = \Phi_{\text{бал.}(зал)_{i-1}} - A_{вi}$$

$$\Phi_{\text{зал } 1} = \Phi_{\text{перв}} - A_{в1} = 356\,150 - 142\,460 = 213\,690 \text{ грн.}$$

4. Визначення річної суми амортизаційних відрахувань за 2-й рік експлуатації об'єкта основних засобів:

$$A_{в2} = \frac{213\,690 \cdot 40}{100\%} = 85\,476 \text{ грн.}$$

5. Визначення залишкової (балансової) вартості основних засобів після 2-го року експлуатації об'єкта основних засобів:

$$\Phi_{\text{зал } 2} = 213\,690 - 85\,476 = 128\,214 \text{ грн.}$$

6. Визначення річної суми амортизаційних відрахувань за 3-й рік експлуатації об'єкта основних засобів:

$$A_{в3} = \frac{128\,214 \cdot 40}{100\%} = 51\,285,6 \text{ грн.}$$

7. Визначення залишкової (балансової) вартості основних засобів після 3-го року експлуатації об'єкта основних засобів:

$$\Phi_{\text{зал } 3} = 128\,214 - 51\,285,6 = 76\,928,4 \text{ грн.}$$

8. Визначення річної суми амортизаційних відрахувань за 4-й рік експлуатації об'єкта основних засобів:

$$A_{в4} = \frac{76\,928,4 \cdot 40}{100\%} = 30\,771,36 \text{ грн.}$$

9. Визначення залишкової (балансової) вартості основних засобів після 4-го року експлуатації об'єкта основних засобів:

$$\Phi_{\text{зал}4} = 76\,928,4 - 30\,771,36 = 46\,157,04 \text{ грн.}$$

10. Визначення накопиченої суми амортизаційних відрахувань:

$$A_{в5} = \Phi_{\text{перв}} - A_{в\Sigma} = 356\,150 - (142\,460 + 85\,476 + 51\,285,6 + 30\,771,36) = 46\,157,04 \text{ т. грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал}5} = 46\,157,04 - 46\,157,04 = 0 \text{ т. грн.}$$

Задача 18.

Підприємство придбало виробниче устаткування первісною вартістю 356 150 грн. Ліквідаційна вартість устаткування після його експлуатації за попередніми оцінками може скласти 15 000 грн. Строк корисного використання об'єкту – 5 років. Розрахувати амортизаційні відрахування і балансову вартість кумулятивним методом.

Розв'язання

1. Визначення величини кумулятивних коефіцієнтів:

$$N_{ai} = K_{\text{кумі}} = \frac{T_{\text{зал}}}{\sum T_{\text{екс}}} 100\%$$

де $K_{\text{кумі}}$ – кумулятивний коефіцієнт;

$T_{\text{зал}}$ – кількість років, що залишилось до кінця строку корисної експлуатації об'єкту основних засобів;

$\sum T_{\text{екс}}$ – сума кількості років корисної експлуатації об'єкту основних засобів.

$$N_{a1} = K_{\text{кум}1} = \frac{5}{1+2+3+4+5} = 0,333$$

$$N_{a2} = K_{\text{кум}2} = \frac{4}{1+2+3+4+5} = 0,267$$

$$N_{a3} = K_{\text{кум}3} = \frac{3}{1+2+3+4+5} = 0,2$$

$$N_{a4} = K_{\text{кум}4} = \frac{2}{1+2+3+4+5} = 0,133$$

$$N_{a5} = K_{\text{кум}5} = \frac{1}{1+2+3+4+5} = 0,067$$

2. Визначення річної суми амортизаційних відрахувань:

$$A_{vi} = N_{ai} \cdot (\Phi_{\text{перв}} - \Phi_{\text{л}})$$

$$A_{v1} = 0,333 \cdot (356150 - 15000) = 113602,95 \text{ грн.}$$

$$A_{v2} = 0,267 \cdot (356150 - 15000) = 91087,05 \text{ рн.}$$

$$A_{v3} = 0,2 \cdot (356150 - 15000) = 68230 \text{ грн.}$$

$$A_{v4} = 0,133 \cdot (356150 - 15000) = 45372,95 \text{ грн.}$$

$$A_{v5} = 0,067 \cdot (356150 - 15000) = 22857,05 \text{ грн.}$$

3. Визначення залишкової (балансової) вартості основних засобів:

$$\Phi_{\text{бал. (зал) } i} = \Phi_{\text{бал. (зал) } i-1} - A_{oi}$$

$$\Phi_{\text{зал } 1} = 356150 - 113602,95 = 242547,05 \text{ грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал } 2} = 242547,05 - 91087,05 = 151460 \text{ грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал } 3} = 151460 - 68230 = 83230 \text{ грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал } 4} = 83230 - 45372,95 = 37857,05 \text{ грн.}$$

$$\Phi_{\text{зал } 5} = 37857,05 - 22857,05 = 15000 \text{ грн.}$$

Задача 19.

Підприємство придбало виробниче устаткування первісною вартістю 6 480 000 грн. Загальний розрахунковий обсяг виробництва підприємства за період експлуатації виробничого устаткування 72 000 одиниць. Ліквідаційна вартість устаткування після його експлуатації за попередніми оцінками може скласти 20 160 грн. Фактичний обсяг виробництва по рокам: 1-й рік – 20 000 одиниць продукції; 2-й рік – 26 000 одиниць продукції; 3-й рік – 26 000 одиниць продукції. Розрахувати амортизаційні відрахування й балансову вартість виробничого устаткування за період експлуатації виробничим методом.

Розв'язання

1. Визначення норми амортизаційних відрахувань:

$$N_a = \frac{\Phi_{\text{перв}} - \Phi_{\text{л}}}{N_{\text{вип.н}}}$$

$N_{\text{вип.н}}$ – нормативна кількість продукції, що випускається, яке підприємство очікує виробити з використанням об'єкта основних засобів, шт. Для нарахування амортизації використовується $N_{\text{вип.факт.і}}$ – фактичний річний обсяг випуску продукції, шт.

$$N_a = \frac{6\,480\,000 - 20\,160}{72\,000} = 89,72 \text{ грн./шт.}$$

2. Визначення річної суми амортизаційних відрахувань за 1–й рік експлуатації об'єкта основних засобів:

$$A_{\text{ві}} = N_{\text{вип.факт.і}} \cdot N_a$$

$$A_{\text{в1}} = 20\,000 \cdot 89,72 = 1\,794,4 \text{ т.грн.}$$

3. Визначення річної суми амортизаційних відрахувань за 2–й рік експлуатації об'єкта основних засобів:

$$A_{\text{в2}} = 26\,000 \cdot 89,72 = 2\,332,7 \text{ т.грн.}$$

4. Визначення річної суми амортизаційних відрахувань за 3–й рік експлуатації об'єкта основних засобів:

$$A_{\text{в3}} = 26\,000 \cdot 89,72 = 2\,332,7 \text{ т.грн.}$$

5. Визначення залишкової (балансової) вартості об'єкта основних засобів після 1–го року експлуатації:

$$\Phi_{\text{бал.}(зал)і} = \Phi_{\text{бал.}(зал)і-1} - A_{\text{ві}}$$

$$\Phi_{\text{зал1}} = \Phi_{\text{перв.}} - A_{\text{в1}} = 6\,480 - 1\,794,4 = 4\,685,6 \text{ т. грн.}$$

6. Визначення залишкової (балансової) вартості об'єкта основних засобів після 2–го року експлуатації:

$$\Phi_{\text{зал2}} = \Phi_{\text{зал1}} - A_{\text{в2}} = 4\,685,6 - 2\,332,7 = 2\,352,9 \text{ т. грн.}$$

7. Визначення залишкової (балансової) вартості об'єкта основних засобів після 3–го року експлуатації:

$$\Phi_{\text{зал3}} = \Phi_{\text{зал2}} - A_{\text{в3}} = 2\,352,9 - 2\,332,7 = 20,2 \text{ т. грн.}$$

Задача 20.

Випуск продукції підприємством за рік склав 16 800 т.грн. В результаті поліпшення використання основних засобів підприємства випуск продукції в плановому році збільшився на 8%, а фондомісткість продукції знизилася на 25%. Визначити фондомісткість і фондovіддачу в базовому й плановому роках. Середньорічна вартість основних засобів підприємства – 5 000 т. грн.

Розв'язання

1. Визначення обсягу випуску продукції в плановому році:

$$O_{\text{пл}} = O_{\text{б}} \cdot 1,08 = 16\,800 \cdot 1,08 = 18\,144 \text{ т. грн.}$$

2. Визначення фондомісткості в базовому й плановому роках:

$$\Phi_{\text{м}} = \frac{\Phi_{\text{ср.р}}}{O}$$

де $\Phi_{\text{ср.р}}$ – середньорічна вартість основних засобів підприємства, грн.

O – річний випуск товарної, реалізованої або чистої продукції у вартісному вираженні, грн./рік.

$$\Phi_{\text{м(б)}} = \frac{\Phi_{\text{ср.р(б)}}}{O_{\text{б}}} = \frac{5\,000}{16\,800} = 0,297 = 0,3 \frac{\text{грн.}}{\text{грн./рік}}$$

$$\Phi_{\text{м(пл)}} = \Phi_{\text{м(б)}} \cdot 0,75 = 0,3 \cdot 0,75 = 0,225 = 0,23 \frac{\text{грн.}}{\text{грн./рік}}$$

3. Визначення величини фондovіддачі в базовому й плановому роках:

$$\Phi_{\text{в(б)}} = \frac{1}{\Phi_{\text{м(б)}}} = \frac{1}{0,3} = 3,33 \frac{\text{грн./рік}}{\text{грн.}}$$

$$\Phi_{\text{в(пл)}} = \frac{1}{\Phi_{\text{м(пл)}}} = \frac{1}{0,23} = 4,35 \frac{\text{грн./рік}}{\text{грн.}}$$

Тема 4. Нематеріальні активи підприємства [5] (Лекційні заняття – 2 години)

Лекція 9. Нематеріальні активи підприємства

План лекції

1. Нематеріальні активи підприємства

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник/* за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ,2009. 816 с.

1 Нематеріальні активи підприємства

Нематеріальні активи – це складова довгострокових активів підприємства, які не мають матеріально-речової форми та характеризуються невизначеністю розмірів майбутнього прибутку від їх використання.

Нематеріальні активи виникають в результаті володіння правами на об'єкти інтелектуальної власності або на обмежені (рідкісні) ресурси та їх використання в господарській діяльності з отриманням доходу.

Наприклад, володіння патентом або ліцензією на винахід надає їх власникові виключне право використання цього технічного досягнення, а тому забезпечує йому відповідні конкурентні переваги. Якщо мова йде про нематеріальні активи, рідкісні за своєю природою, то ці переваги утворюються завдяки присвоєнню рідкісності (наприклад, права на використання природними ресурсами). Але і в цьому випадку доступ до обмежених дефіцитних ресурсів також повинен бути захищений відповідними правами.

До складу нематеріальних активів як об'єктів бухгалтерського обліку включають права, що виникають у наслідок володіння підприємством:

1) об'єктами права інтелектуальної власності (право власності на винахід, корисну модель, промисловий зразок, сорти рослин, породи тварин, товарні знаки для товарів і послуг, фірмове найменування, географічне зазначення походження товару, топографія інтегральних мікросхем, комп'ютерна програма, база даних, ноу-хау, науково-технічна інформація, право власності або користування раціоналізаторськими пропозиціями);

2) об'єктами права користування природними ресурсами (право користування земельною ділянкою, надрами (у тому числі право на розробку корисних копалин), іншими ресурсами (водними, біологічними тощо);

3) об'єктами права користування економічними й організаційними перевагами та іншими привілеями (монопольне виробництво товарів (надання послуг), ліцензії на здійснення певних видів діяльності, податкові пільги, митні пільги, місце на товарній біржі, місце на фондовій біржі, інші види привілеїв);

4) діловою репутацією (гудвіл, імідж підприємства).

Нематеріальні активи згідно Закону України «Про охорону прав на зазначення походження товарів» можна класифікувати за господарсько-обліковими ознаками і за ознаками цілого [5].

За господарсько-обліковою ознакою, яка ґрунтується на можливості (чи неможливості) нарахування зносу (амортизації), нематеріальні активи поділяються на дві групи: по перших нематеріальних активів нараховується знос, а по других, вартість яких не зменшується (товарні знаки товарів і послуг, ноу-хау, гудвіл, права користування економічними й організаційними перевагами та іншими привілеями) відрахування не здійснюються.

За ознакою цілого у складі нематеріальних активів виділяють такі, що:

1) не відокремлюються від індивідуума (особисті професійні якості співробітників підприємства, у тому числі керівників підприємства, у сфері менеджменту, маркетингу, фінансів, особиста репутація власників та керівників підприємства);

2) не відокремлюються від підприємства (переваги територіального розташування, наявність постійної клієнтури, ділова репутація підприємства);

3) відокремлюються як від індивідуума, так і від підприємства (ліцензії, патенти, франшизи).

Нематеріальні активи, які не відокремлюються від індивідуума, пов'язані з конкретними фізичними особами і розглядаються як такі, що не мають строків служби, які можна встановити. Нематеріальні активи другої групи, як правило, мають невизначений строк служби й оцінюються у групі, завдяки чому вони не амортизуються. Але це не означає, що їх вартість (залежно від успіхів або невдач підприємства) з часом не змінюється.

Нематеріальні активи, які відокремлюються як від індивідуума, так і від підприємства, можуть бути оцінені індивідуально, причому більшість із них має визначений строк служби. Так, термін дії патенту на винахід в Україні становить 20 років. Водночас, такі активи, як товарні знаки, не мають строків служби, які можна встановити, хоча їх і можна оцінити індивідуально. Крім того, такі нематеріальні активи як ліцензія чи франшиза, можуть бути надані як на визначений, так і на невизначений термін і, відповідно, мати або не мати строк служби, який можна встановити.

Реалізація права власності на об'єкт інтелектуальної власності можлива або через їхнє використання самим власником, або наданням з його дозволу такого права іншим зацікавленим сторонам з видачею ліцензії.

Ліцензією (від лат. «licentia» – свобода, право, дозвіл) називається дозвіл на використання об'єкта інтелектуальної власності впродовж певного строку за обумовлену винагороду. Юридично факт продажу ліцензії оформляється ліцензійною угодою, яка відрізняється від інших

угод купівлі–продажу тим, що в цьому випадку купується нематеріальний об'єкт.

Ліцензійна угода – це договір, згідно з яким власник нематеріального об'єкта (ліцензіар) передає другій стороні (ліцензіату) дозвіл на використання цього нематеріального об'єкта в певних рамках своїх прав на нього. Передання права власності може бути обумовлено різними умовами щодо терміну та обсягу використання, повноти інформації, котра передається, тощо.

Розрізняють декілька *видів ліцензій*.

Залежно від підстави видачі дозволу на використання об'єкта інтелектуальної власності ліцензії поділяють на добровільні та примусові. За *добровільної ліцензії* ліцензіар передає дозвіл на використання об'єкта права ліцензіату на підставі договору, в якому регламентуються зобов'язання кожної сторони, обсяг використання, строк, розміри і порядок виплати винагороди. Більшість патентних законів покладає на власника патенту зобов'язання використати свої права на винахід упродовж певного строку, як правило, не менше трьох років з моменту видачі патенту. Якщо власник патенту не виконає цю умову без поважних причин, патентне відомство може на підставі заяви зацікавленої особи надати їй право на використання запатентованого об'єкта проти волі власника патенту. У цьому разі розміри винагороди встановлює патентне відомство.

Залежно від обсягу прав на використання розрізняють звичайні, виключні та повні ліцензії. *Звичайна ліцензія* передбачає обмежене право використання об'єкта інтелектуальної власності (наприклад, за обсягами продукції, що випускається, за територією). При цьому ліцензіар зберігає за собою всі права щодо використання і продажу аналогічної ліцензії необмеженому колу осіб. *Виключна ліцензія* передбачає виключні права на використання об'єкта інтелектуальної власності одному ліцензіату, який може видавати субліцензії третім особам. Виключна ліцензія залишає ліцензіару право особистого використання цього об'єкту у встановлених межах. *Повна ліцензія* передбачає перехід до ліцензіара всіх прав, які впливають з патенту. Унаслідок такої угоди ліцензіар сам позбавляється права користування об'єктом ліцензії впродовж зазначеного в договорі періоду.

Залежно від характеру об'єкта, який передається за договором, ліцензії поділяються на патентні та безпатентні. Об'єктом *патентної ліцензії* є технічне досягнення, захищене патентом. Умови ліцензійної угоди стосовно обсягу прав і строку дії в цьому разі визначаються правилами, які регулюють експлуатацію патенту. Нині все більшого поширення набувають безпатентні ліцензії, об'єктами яких є незахищені патентами технічні досягнення, ноу–хау, виробничий досвід і ін.

Ліцензійні угоди можуть передбачати комплексне передавання кількох патентів та пов'язаних з ними ноу–хау. Така угода включає надання ліцензіаром інженерно-консультативних послуг щодо організації ліцензійного виробництва, а також супровідні поставки сировини,

устаткування, комплектуючих. Також в ліцензійну угоду можуть включатись зобов'язання ліцензіара надавати ліцензіату інформацію щодо вдосконалення ліцензійної технології протягом терміну дії угоди.

За використання об'єкта ліцензійної угоди ліцензіат сплачує ліцензіару певну винагороду. Складність визначення ліцензійної винагороди пояснюється неможливістю однозначно встановити комерційну цінність об'єктів промислової власності до їх практичної реалізації. Тому на практиці використовують *три основні види ліцензійних платежів*: паушальні платежі; роялті; комбіновані платежі.

Паушальний платіж – це виплата ліцензійної винагороди у вигляді зафіксованої у ліцензійній угоді суми одноразово або в розстрочку. Переваги паушальних платежів для ліцензіара полягають: в можливості за короткий термін отримати грошові кошти, які відшкодують витрати на розробку науково-технічного досягнення без комерційних ризиків, які пов'язані з невдачами ліцензіата при використанні об'єкта ліцензійної угоди; у відсутності необхідності здійснювати контроль за діяльністю ліцензіата (за винятком дозволу на знак для товарів і послуг). Разом з тим паушальний платіж має з погляду ліцензіара і суттєві недоліки – він не відображає дійсної вартості наданого на об'єкт промислової власності дозволу, оскільки не враховує реальні прибутки ліцензіата, а також можливе розширення обсягу його використання.

Основним видом ліцензійних платежів у світовій практиці є роялті. **Роялті** – це періодичні виплати ліцензійної винагороди впродовж усього терміну дії ліцензійного договору у вигляді зафіксованих у договорі процентних відрахувань від визначеної бази. По суті роялті являє собою форму участі ліцензіара у прибутках ліцензіата.

За базу роялті, тобто того, з чого повинні проводитися відрахування, можна взяти вартість виробленої продукції, собівартість продукції, одиницю товару, ціну виробу, прибуток тощо. Ставка роялті, тобто розмір процентних відрахувань, може бути фіксованою або змінною. В останньому разі розмір винагороди диференціюється залежно від терміну дії угоди, обсягу виробництва і збуту ліцензованої продукції або цін її реалізації.

Комбіновані (змішані) платежі (кост–пласт) – це виплати ліцензійної винагороди у вигляді періодичних платежів у поєднанні з паушальними. За змішаного виду платежів первинний (паушальний) платіж може вноситись як одноразово, так і в розстрочку, але, як правило, до початку виробництва і збуту ліцензованої продукції. Інша частина ліцензійної винагороди у вигляді роялті підлягає виплаті в процесі комерційного використання об'єкта ліцензії. У разі, якщо паушальний платіж поєднується з періодичними процентними відрахуваннями, він, з одного боку, набуває специфічної форми попереднього, гарантійного внеску, а з другого – стимулює ліцензіата до швидкої реалізації об'єкта, право на використання якого надано за ліцензійним договором.

Розрахунки за ліцензіями можуть також провадитись передаванням ліцензіару певної частини цінних паперів (акцій, облігацій) ліцензіата. Має місце і такий вид розрахунків, як зустрічне передавання технічної документації, яке передбачає взаємний обмін ліцензіями, технічними (конструкторськими і технологічними) знаннями, досвідом.

У практиці підприємницької діяльності все частіше виникають проблеми, пов'язані з **оцінюванням вартості нематеріальних активів**.

Оцінювання нематеріальних активів здійснюється у наступних випадках:

- приватизація або відчуження нематеріальних активів державою;
- включення об'єктів інтелектуальної власності до статутного фонду;
- визначення майнових частин у статутному фонді за злиття або поділу організації;
- оцінювання та переоцінка нематеріальних активів з метою повного обліку всіх активів підприємства;
- розв'язання питань щодо купівлі (продажу) прав на об'єкт інтелектуальної власності;
- здійснення фінансової звітності підприємства;
- оцінювання застави під отримання кредиту;
- визначення збитків від порушення прав на об'єкти інтелектуальної власності;
- організація франчайзингу тощо.

Складність вартісного оцінювання нематеріальних активів полягає в наступному:

- 1) різноманітність об'єктів інтелектуальної власності, кожний з яких є оригінальним;
- 2) різні способи їх появи на підприємстві;
- 3) різні форми їх практичного використання на підприємстві;
- 4) імовірнісний характер отримання результатів вартісного оцінювання;
- 5) відсутність залежності між витратами на створення й економічним ефектом від практичного застосування.

Оцінювання вартості нематеріальних активів проводиться в певній послідовності і включає наступні етапи:

- 1) обстеження нематеріальних активів;
- 2) правова експертиза;
- 3) з'ясування типу вартості, що визначається, і вибір відповідного методу (методів) оцінювання вартості;
- 4) формування інформаційної бази для оцінювання;
- 5) розрахунки вартості нематеріальних активів за вибраними методами;
- 6) підготовка звіту про оцінювання.

Для оцінювання вартості нематеріальних активів відповідно до міжнародних стандартів, що розроблені Міжнародним комітетом зі стандартів оцінювання майна (TIAVSC), що діють з 1994 р.,

використовують три основні підходи: **витратний, прибутковий (дохідний) і ринковий.**

Згідно **витратного підходу** вартість нематеріальних активів визначається сумою витрат, необхідних на його відтворення або заміну. В рамках вартісного підходу розрізняють такі методи: метод початкових витрат, метод вартості заміщення, метод відновної вартості.

Відповідно до **методу початкових витрат** вартість нематеріальних активів визначається за бухгалтерською звітністю підприємства за кілька останніх років (іноді ця вартість має назву історичної). При цьому увага звертається на величину таких витрат і термін створення активів. Реалізація методу початкових витрат передбачає такі етапи:

- виявляються всі фактичні витрати, пов'язані зі створенням придбанням або впровадженням об'єкта інтелектуальної власності;
- витрати коригуються на величину індексу цін на день оцінювання;
- визначається нарахована величина амортизації об'єкта інтелектуальної власності;
- вартість об'єкта інтелектуальної власності визначається як різниця між величиною витрат, які коригувалися, і сумою амортизаційних відрахувань.

У **методі вартості заміщення** максимальна вартість певного нематеріального активу визначається мінімальною ціною, яку необхідно заплатити за придбання активу аналогічної корисності або аналогічної споживчої вартості.

Найприйнятнішим способом розрахунку вартості унікальних нематеріальних активів є **метод відновної вартості**. Відновна вартість активу визначається як сума витрат, необхідних для створення нової точної копії оцінюваного активу. Звичайно, розрахунки таких витрат мають ґрунтуватися на сучасних цінах на сировину, матеріали, комплектуючі вироби та на середньогалузеву вартість робочої сили відповідної кваліфікації.

Областю використання витратних методів оцінювання вартості нематеріальних активів є сфери використання цих активів в соціальних і оборонних програмах, космосі, інших програмах безпеки держави або регіонів.

Концепція прибуткового (дохідного) підходу оцінки вартості нематеріальних активів ґрунтується на передбаченні, що економічна цінність конкретного нематеріального активу на поточний момент зумовлена розміром доходів, які сподіваються отримати з цього активу в майбутньому. Тобто вартість об'єкта може бути визначена як його здатність давати прибуток у майбутньому. До основних методів прибуткового підходу оцінки вартості нематеріальних активів відносяться **метод дисконтування майбутніх грошових потоків і метод капіталізації прибутку.**

Найчастіше використовують **метод дисконтування майбутніх грошових потоків**. Реалізація цього методу передбачає:

- оцінювання майбутніх грошових потоків, що становлять чистий прибуток від використання об'єкта інтелектуальної власності, і величину амортизації цього об'єкта;
- визначення ставки дисконтування;
- розрахунок сумарної теперішньої вартості майбутніх прибутків;
- додавання до отриманого результату вартості об'єкта інтелектуальної власності, приведеною до поточного періоду.

Під капіталізацією розуміють процес переведення доходів від якого-небудь майна в його вартість. Процедура оцінки вартості нематеріального активу за **методом капіталізації прибутків** складається з наступних етапів:

- виявлення джерел і розмірів чистого прибутку, що його дає відповідний актив;
- визначення ставки капіталізації чистого прибутку;
- розрахунок вартості активу діленням чистого прибутку на ставку капіталізації.

Метод капіталізації частіше використовується для розрахунку залишкової вартості нематеріальних активів і іноді для оцінювання активів, строк служби яких практично невизначений.

Ринковий підхід оцінювання вартості нематеріальних активів базується на принципі ефективно функціонуючого ринку, на якому інвестори не обмежені в можливостях вибору. До цього методу відноситься метод порівняльного аналізу продажу і метод звільнення від роялті.

Метод порівняльного аналізу продажу передбачає зіставлення нематеріального активу, що оцінюється, з іншими подібними за якістю, призначенням і корисністю, проданими за порівнюваний проміжок часу на ринку. Отже, вартість нематеріального активу за цим методом визначається ціною, яку на цьому ринку на момент оцінювання можуть заплатити за аналогічний об'єкт. При застосуванні методу порівняльного аналізу продажу:

- збирають інформацію стосовно угод з реалізації аналогічних об'єктів інтелектуальної власності;
- визначають перелік показників, за якими зіставляють об'єкти інтелектуальної власності;
- коригують фактичні ціни угод щодо об'єктів інтелектуальної власності з урахуванням значень показників порівняння;
- визначають вартість об'єкта інтелектуальної власності, що оцінюється, на основі скоригованих фактичних даних за реальними угодами.

Основною умовою застосування цього методу є наявність достатньої і достовірної інформації про операції купівлі–продажу аналогічних об'єктів. Ці відомості, як правило, не розголошуються й отримати їх на вітчизняному ринку дуже складно, що істотно звужує сферу практичного використання методу порівняльного аналізу продажу.

Метод звільнення від роялті також використовується за наявності інформації про продаж подібних активів або, як мінімум, відомостей про ставки роялті в цій галузі. Вартість нематеріального активу відповідно до цього методу визначається на підставі припущення, що оцінюваний актив, який використовується підприємством, йому не належить. Тоді частину доходу підприємство мало б виплачувати у вигляді винагороди (роялті) власникам цієї інтелектуальної власності. Насправді ж цю частину доходу підприємство залишає у себе. Цю частину доходу і вважають додатковим прибутком, який створюється цим нематеріальним активом. Вартість грошових потоків, сформованих на підставі цього прибутку, беруть за ринкову вартість оцінюваного активу. В міжнародній практиці цей метод широко використовується для оцінювання вартості патентів і технологій.

Тема 5. Оборотні засоби підприємства. Матеріально-технічне забезпечення й виробнича логістика. (Лекційні заняття – 4 години)

Лекція 10. Сутність, класифікація й структура оборотних засобів. Показники оборотності оборотних засобів. Шляхи прискорення оборотності оборотних засобів

План лекції

1. Економічна сутність, склад і структура оборотних засобів
2. Показники оборотності оборотних засобів. Шляхи прискорення оборотності оборотних засобів

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник/* за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ, 2009. 816 с.
2. *Економіка підприємства : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти /* Н. Ю. Рекова, Є. О. Підгора, В. В.Ровенська, В. С. Рижиков, О. В. Латишева, І. Ю. Єрфорт, Т. П. Гітис, І. І. Смирнова, С. В. Касьянюк. Краматорськ : ДДМА, 2021. 248 с. URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20\(2\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20(2).pdf).

1 Економічна сутність, склад і структура оборотних засобів

Все, до чого прикладається людська праця, яка полягає в обробці сировини й матеріалів в процесі виробництва з метою пристосування цих об'єктів до особистого й виробничого споживання – це предмети праці.

Оборотні засоби – це сукупність грошових коштів підприємства, вкладених в оборотні виробничі фонди (сфера виробництва) і фонди обігу (сфера обігу) з метою забезпечення безперервності процесу виробництва, реалізації продукції та отримання прибутку.

Оборотні засоби підприємств складаються з:

- оборотних виробничих фондів і
- фондів обігу.

Оборотні засоби підприємства мають матеріально-речову та вартісну форми.

Класифікація та склад оборотних засобів підприємства (рис. 1).

Оборотні засоби (ОЗ):

1 Оборотні виробничі фонди (ОбВФ):

1.1 Виробничі запаси (ПЗ).

1.2 Незавершене виробництво (НЗВ).

1.3 Витрати майбутніх періодів (ВМП).

2. Фонди обігу (ФО):

2.1 Готова продукція (ГП).

2.2 Дебіторська заборгованість (ДЗ).

2.3 Грошові кошти підприємства та їх еквіваленти (Г).

Оборотні виробничі фонди (ОбВФ) – це частина виробничих фондів підприємства у вигляді сукупності предметів праці, елементи яких повністю витрачаються в кожному виробничому циклі виготовлення продукції, змінюють або втрачають свій первісний натуральний вигляд і повністю переносять свою вартість на вартість готової продукції. Речовим змістом оборотних виробничих фондів є предмети праці, а також деякі засоби праці, які мають вартість менше, ніж 2500 грн. і термін використання менше 1 року.

Оборотні виробничі фонди обслуговують процес виробництва.

Відмінність основних виробничих фондів та оборотних виробничих фондів наведена в табл. 1.

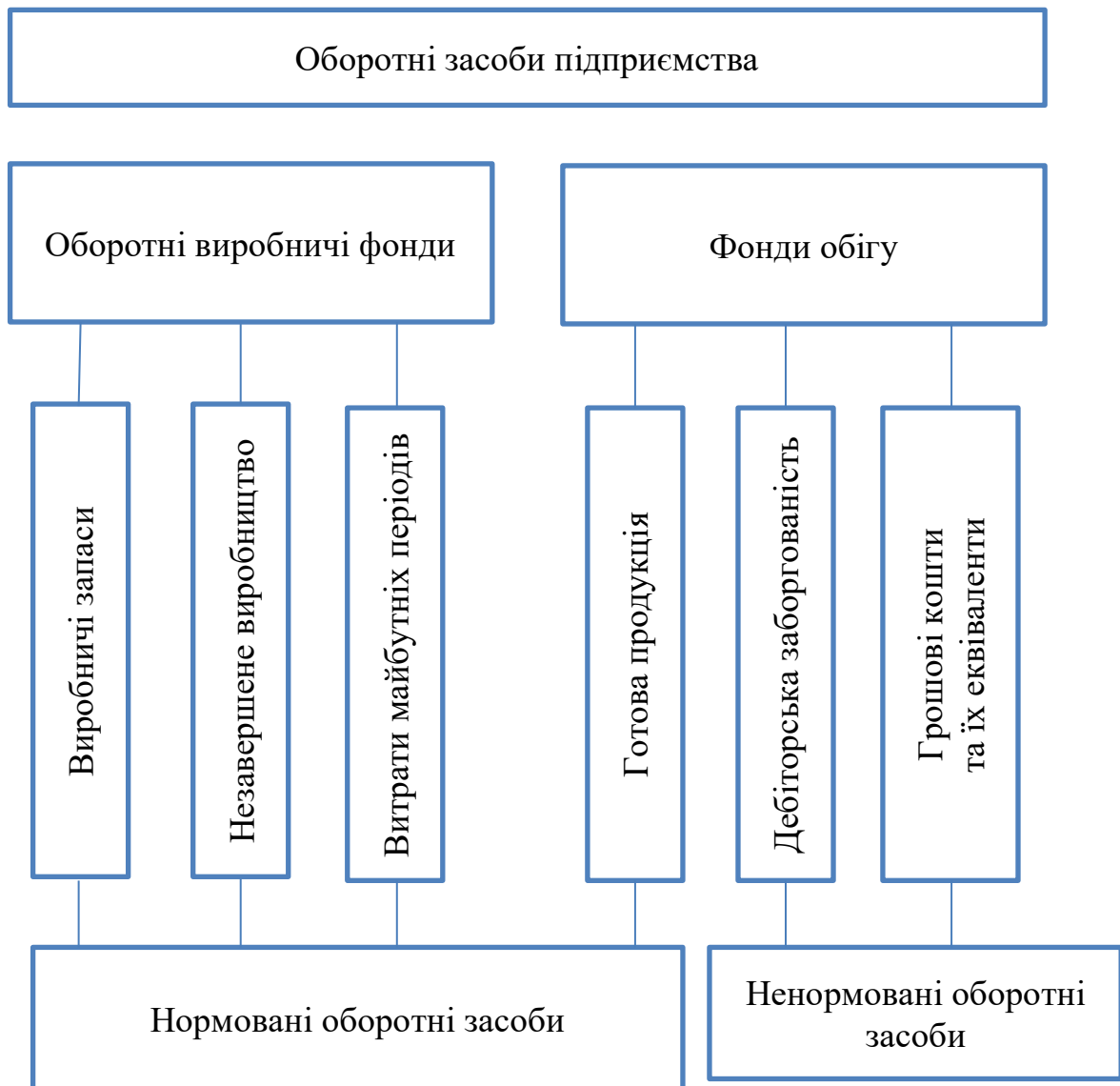


Рисунок 1 – Класифікація та склад оборотних засобів підприємства

Таблиця 1 – Відмінність основних виробничих фондів та оборотних виробничих фондів

Ознаки	Основні виробничі фонди	Оборотні виробничі фонди
Тривалість функціонування у виробничому процесі	Беруть участь у виробничому процесі тривалий час	Беруть участь тільки в одному виробничому циклі
Зміна споживчої вартості	Зберігають свою споживчу вартість	Втрачають (змінюють) свою споживчу вартість
Ступінь використання у виробничому циклі	Частково	Повністю
Перенесення вартості на вартість готової продукції	Переносять свою вартість частинами, по мірі використання	Вартість повністю переноситься на вартість продукції, що виготовляється

Оборотні виробничі фонди діляться на **4 групи**.

1. Виробничі запаси – це предмети праці, які ще не задіяні у виробничому процесі і знаходяться на складах підприємства у вигляді запасів. Вони необхідні для забезпечення процесу виробництва основними запасами сировини і матеріалів.

До виробничих запасів відносяться:

- сировина;
- основні матеріали;
- покупні напівфабрикати;
- комплектуючі вироби;
- допоміжні матеріали;
- паливо;
- тара;
- запасні частини для ремонту устаткування;
- малоцінні та швидкозношувані предмети, вартість яких не перевищує 2500 грн. і термін використання менше 1 року.

Виробничі запаси – це найбільш вагома частина оборотних виробничих фондів.

Надлишок виробничих запасів – це негативне явище (відбувається заморожування коштів підприємства в зайвих виробничих запасах). Нестача виробничих запасів приведе до збоїв у виробництві.

Малоцінні та швидкозношувані предмети за своїм призначенням у процесі відтворення відносяться до засобів праці, але з метою спрощення визначення витрат, потреби в них, контролю за рухом, їх виділяють в окрему групу оборотних засобів.

До малоцінних та швидкозношуваних предметів відносять:

- інструмент і пристосування загального призначення: ріжучий, слюсарно-монтажний, вимірювальний інструмент і пристосування, що мають універсальне призначення при виготовленні різних видів продукції;
- спеціальний інструмент і пристосування: інструменти, штампи, прес-форми, які використовуються для виготовлення індивідуальних замовлень;
- спеціальний робочий одяг, взуття, рукавички, шоломи.

2. Незавершене виробництво – це не закінчені предмети праці, які перебувають у виробництві на різних стадіях обробки, тобто це продукція, яка не пройшла всіх передбачених стадій технологічного процесу, а також вироби, що не укомплектовані або не пройшли випробування і технічного приймання.

Тобто незавершене виробництво – це частина оборотних виробничих фондів, обробка яких в цілому завершена в одному підрозділі підприємства, але вони підлягають подальшій обробці в інших підрозділах підприємства.

3. Напівфабрикати власного виробництва – це сировина і матеріали, які пройшли часткову обробку і можуть бути реалізовані замовникам.

4. Витрати майбутніх періодів (ВМП) – це витрати на поліпшення виробничого процесу, які здійснюються у звітному періоді, але ефект від них очікується у майбутньому періоді. До них відносяться витрати на підготовку і освоєння нової продукції, раціоналізацію, винахідництво, придбання патентів, науково-технічної та економічної інформації. Витрати майбутніх періодів здійснюються в поточному році, але на собівартість продукції будуть списуватися в майбутньому періоді.

Фонди обігу – це частина виробничих фондів, яка не бере участі у виробничих циклах, але авансується підприємством на створення оборотних засобів. Фонди обігу – це кошти, залучені для обслуговування процесу обігу товарів, тобто фонди обігу функціонують у сфері обігу – в сфері реалізації продукції.

До фондів обігу відносяться:

1. Готова продукція – це виготовлена кінцева продукція, яка пройшла випробування і технічне приймання, повністю укомплектована відповідно до договорів замовників та відповідає технічним умовам і вимогам, відправлена на склад і готова до реалізації.

2. Товари – це товари, придбані підприємством для продажу.

3. Векселі отримані – це заборгованість покупців, замовників та інших дебіторів за відправлену продукцію (товари), інші активи, виконані роботи та надані послуги, які забезпечені векселями. Вексель – це цінний папір у вигляді довгострокового зобов'язання, складений в письмовому вигляді за певною формою.

4. Дебіторська заборгованість – це борг підприємству фізичних і юридичних осіб (на відміну від кредиторської заборгованості, коли заборгувало підприємство). Дебіторська заборгованість виникає внаслідок невиконання комерційно-господарських, фінансово-грошових зобов'язань з боку юридичних та фізичних осіб, які є боржниками (дебіторами).

Дебіторська заборгованість включає:

– заборгованість перед підприємством покупців або замовників за надані їм товари, роботи, послуги (крім заборгованості, яка забезпечена векселем);

– заборгованість фінансових і податкових органів (переплата за податками, зборами та інші платежі до бюджету).

5. Поточні фінансові інвестиції – це так звані портфельні інвестиції, що вкладаються в акції, облігації та інші цінні папери, які можуть бути вільно реалізовані в будь-який момент (крім інвестицій, які є еквівалентом грошовий коштів).

6. Грошові кошти та їх еквіваленти – гроші в касі підприємства, на розрахункових рахунках в банку в національній та іноземній валюті, що можуть бути використані для поточних операцій. Тобто готівкові та безготівкові грошові кошти підприємства, а також еквіваленти грошових коштів.

Оборотні засоби поділяються на нормовані (величину яких можна розрахувати за формулами або з урахуванням минулого виробничого досвіду); і ненормовані.

До нормованих оборотних засобів належать:

- виробничі запаси;
- незавершене виробництво;
- напівфабрикати власного виробництва;
- витрати майбутніх періодів;
- готова продукція.

До оборотних засобів, які не нормуються, відносять:

- товари;
- векселі одержані;
- дебіторська заборгованість;
- поточні фінансові інвестиції;
- грошові кошти та їх еквіваленти.

За джерелами формування оборотні засоби поділяються на:

- власні (і прирівняні до них);
- позикові.

Власними є оборотні засоби, які були виділені підприємству при його створенні для забезпечення нормального функціонування. До *власних оборотних засобів* відносяться всі оборотні виробничі фонди підприємства, а також частина фондів обігу: статутний фонд, прибуток, амортизаційний фонд та ін. *Позикові* – представлені тільки фондами обігу – це різні за видами кредити, позики від інших організацій і установ.

Структура оборотних засобів характеризується співвідношенням їх окремих елементів у загальному обсязі оборотних засобів підприємства, виражена у відсотках.

2 Показники оборотності оборотних засобів. Шляхи прискорення оборотності оборотних засобів

Кругообіг оборотних засобів – це безперервний процес руху оборотних засобів у процесі виробництва.

Повний період обороту оборотних засобів включає час від моменту придбання сировини, матеріалів, палива та інших ресурсів (тобто оплата рахунків постачальників), до надходження на розрахунковий рахунок підприємства виручки від реалізації.

Оборотні засоби проходять 3 стадії кругообігу.

На першій стадії (підготовча) оборотні засоби з грошової форми переходять в товарну: купуються виробничі запаси (Г – ВЗ).

На другій стадії (безпосередньо процес виробництва) виробничі запаси за участю основних засобів і робочої сили перетворюються

спочатку в незавершену продукцію, а потім по мірі завершення приймають вигляд готової продукції (ВЗ ... НЗВ ... ГП).

На третій стадії (процес реалізації) підприємство реалізує готову продукцію і оборотні засоби знову змінюють матеріальну форму на грошову (ГП – Г').

Поняття кругообігу оборотних засобів пов'язано з виробничим циклом.

Виробничий цикл – це період, який починається з авансування капіталу на придбання виробничих запасів і завершується поверненням цього капіталу.

Швидкість оборотності оборотних засобів залежить від тривалості виробничого циклу.

Оборотність оборотних засобів, виражена в часі, називається *оборотністю оборотних засобів*.

Економічне значення оборотності полягає в тому, що від неї залежить величина, необхідних підприємству сум грошових коштів для здійснення процесу виробництва і реалізації продукції.

Ефективність використання оборотних засобів підприємства характеризується наступними показниками.

1. Коефіцієнт оборотності оборотних засобів показує скільки оборотів можуть зробити оборотні засоби за аналізований період часу. Показує обсяг реалізованої продукції, що припадає на 1 грн. оборотних засобів.

$$K_{об} = \frac{O}{\Phi_{оз}} [об], \quad (1)$$

де O – обсяг реалізованої продукції за рік, грн;

$\Phi_{оз}$ – середньорічний залишок оборотних засобів (середньорічна вартість оборотних засобів), грн.

Число оборотів показує, скільки оборотів за період здійснили оборотні засоби в процесі їх використання. Зростання числа оборотів відображає підвищення оборотності. Тобто цей показник є прямою характеристикою швидкості повернення оборотних засобів.

2. Коефіцієнт завантаження оборотних засобів – показник, який є зворотним. Показує кількість оборотних засобів припадає на 1 грн. реалізованої продукції.

$$K_з = \frac{1}{K_{об}} = \frac{\Phi_{оз}}{O}. \quad (2)$$

3. Період обороту оборотних засобів або тривалість 1 обороту оборотних засобів у днях – показує, скільки днів необхідно оборотним засобам для здійснення одного обороту:

$$T_{об} = \frac{Д}{K_{об}} [\text{дн.}] \quad (3)$$

де Д – кількість календарних днів в аналізованому періоді (360; 90), дні.

Скорочення тривалості оборотності свідчить про підвищення швидкості оборотності оборотних засобів.

Тривалість обороту оборотних засобів характеризується:

1) часом, за який оборотні засоби проходять стадії придбання, виробництва та реалізації продукції;

2) кількістю днів, за які оборотні засоби проходять повний оборот.

4. Рентабельність оборотних засобів характеризує також ефективність їх використання:

$$P_{оз} = \frac{\Pi}{\Phi_{оз}}, \quad (4)$$

де Π – прибуток підприємства (валовий, операційний, чистий прибуток), грн.

Середньорічна вартість (середньорічний залишок) оборотних засобів визначається за формулою

$$\Phi_{оз} = \frac{\Phi_{оз1} + \Phi_{оз2} + \dots + \Phi_{оз12}}{12}, \quad (5)$$

де $\Phi_{оз1}$, $\Phi_{оз2}$, ..., $\Phi_{оз12}$ – середньомісячний залишок оборотних засобів.

Середньомісячний залишок оборотних засобів:

$$\Phi_{оз} = \frac{\Phi_{оз.п} + \Phi_{оз.к}}{2}, \quad (6)$$

де $\Phi_{оз.п}$, $\Phi_{оз.к}$ – залишок оборотних засобів на початок і кінець місяця.

Чим менша тривалість обороту оборотних засобів, або більше число кругообігів, що вони здійснюють, при тому ж обсязі реалізованої продукції, тим менше потрібно оборотних засобів.

Ефективність прискорення оборотності оборотних засобів виражається у вивільненні – зменшенні потреби в оборотних засобах у зв'язку з поліпшенням їх використання.

Розрізняють абсолютне та відносне вивільнення оборотних засобів.

Абсолютне вивільнення відображає пряме зменшення потреби в оборотних засобах.

$$\Delta\Phi_{оз абс} = \Phi_{оз зв} - \Phi_{оз баз}, \quad (7)$$

де $\Phi_{оз.зв}$, $\Phi_{оз.баз}$ – середньорічна величина оборотних засобів відповідно у звітному і базовому періодах.

Відносне вивільнення оборотних засобів – це зменшення величини оборотних засобів за рахунок реалізації більшої кількості продукції відносно фіксованої суми коштів, тобто враховується як зміна величини оборотних засобів, так і зміна обсягу реалізованої продукції.

Відносне вивільнення (економія) оборотних засобів:

$$\Delta\Phi_{\text{оз від}} = E_{\text{оз}} = (T_{\text{об зв}} - T_{\text{об баз}}) \cdot \frac{O_{\text{зв}}}{D}, \quad (8)$$

де $T_{\text{об баз}}$, $T_{\text{об зв}}$ – середня тривалість одного обороту оборотних засобів відповідно в базовому і звітному періодах, дні;

$O_{\text{зв}}$ – обсяг реалізованої продукції у звітному періоді, грн.

Шляхи прискорення оборотності оборотних засобів підприємства:

– зменшення строків виготовлення продукції в результаті автоматизації та механізації робіт (більш швидший період оборотності приведе до зниження суми оборотного капіталу і вивільнення коштів), удосконалення технологічних процесів;

– зменшення виробничих запасів у результаті поліпшення організації матеріально-технічного постачання, зменшення дальності їх транспортування, застосування системи «точно-в-строк» (передбачає поставку сировини і матеріалів безпосередньо до часу виробництва. Таким чином, підприємство не потребує складських приміщень і величина запасів дорівнює нулю. Найбільшою складністю в застосуванні даного методу є пошук надійного постачальника, який вчасно буде забезпечувати ресурсами потреби виробництва);

– економія матеріальних ресурсів, суворе дотримання норм витрат матеріалів на одиницю продукції;

– удосконалення розрахунків із замовниками та інші заходи щодо поліпшення фінансової та платіжної дисципліни, мінімізація величини дебіторської заборгованості (система знижок за своєчасну оплату продукції, залучення факторингових фірм, штрафні санкції за прострочення платежів. У разі неповернення коштів існує можливість продати дебіторську заборгованість факторинговій фірмі, яка займеться поверненням боргу покупця. Даний метод дозволяє повернути тільки частину заборгованості, але в разі безнадійних боргів цей метод ефективний, тому що краще отримати частину грошей, ніж не отримати нічого.

Лекція 11. Нормування оборотних засобів підприємства

План лекції

1. Нормування оборотних засобів підприємства

Завдання на самостійну роботу студента

1. Логістичний підхід в управлінні ресурсами

2. Матеріальний потік і його різновиди
3. Матеріально-технічне забезпечення виробництва
4. Сучасні системи управління матеріальними потоками

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник/* за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ,2009. 816 с.
2. *Економіка підприємства : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти /* Н. Ю. Рекова, Є. О. Підгора, В. В.Ровенська, В. С. Рижиков, О. В. Латишева, І. Ю. Єрфорт, Т. П. Гітис, І. І. Смирнова, С. В. Касьянюк. Краматорськ : ДДМА, 2021. 248 с. URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Ekonomika%20pidpriemstva_Pidgora_2%20\(2\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Ekonomika%20pidpriemstva_Pidgora_2%20(2).pdf).

1 Нормування оборотних засобів підприємства

Нормування оборотних засобів – це визначення за допомогою науково обґрунтованої методики необхідної (нормативної) величини грошових коштів, які закладаються в мінімальні запаси товарно-матеріальних цінностей для забезпечення безперервності процесу виробництва.

Головне завдання нормування полягає у визначенні економічно обґрунтованої величини оборотних засобів в мініальному розмірі, а також здійснення розрахунків у встановлені строки, тобто норм і нормативів власних оборотних засобів.

Норма – це науково обґрунтована максимально допустима абсолютна величина певного показника. Наприклад, норма витрат металу показує скільки кілограм металу необхідно витратити на один виріб.

Норматив оборотних засобів – це обґрунтовані величини елементів оборотних засобів у виробничі запаси, незавершене виробництво, витрати майбутніх періодів, готову продукцію.

Норматив (ліміт) запасів – це сума коштів, яка повинна бути в розпорядженні підприємства для забезпечення його ритмічної роботи. Це мінімальна сума, яка постійно необхідна підприємству для здійснення його виробничої діяльності.

Методи нормування оборотних засобів.

1. *Аналітичний (дослідно-статистичний) метод* передбачає проведення аналізу наявних товарно-матеріальних цінностей з наступним їх коригуванням і виключенням з них надлишків.

При цьому норматив оборотних засобів у плановому періоді визначається як добуток нормативу оборотних засобів у звітному періоді і темпу зростання обсягу виробництва продукції. Тобто норма витрат, зокрема на сировину, матеріали, визначається на основі фактичних даних про їх використання за минулі роки. Цей метод використовується в тому

випадку, коли в плановому періоді не передбачено істотних змін в умовах роботи підприємства (немає зміни номенклатури виробництва).

2. *Коефіцієнтний метод*. Норматив оборотних засобів визначається на базі нормативу попереднього періоду шляхом внесення в нього змін (через коефіцієнти) з урахуванням змін у виробництві в майбутньому періоді (зміни в обсязі виробництва, в постачанні, реалізації продукції, в розрахунках).

3. *Метод прямого рахунку (розрахунково-аналітичний метод)* передбачає розрахунок нормативів за аналітичними формулами нормованих оборотних засобів з урахуванням усіх змін у рівні організаційно-технічного розвитку підприємства, транспортуванні товарно-матеріальних цінностей, практиці розрахунків між підприємствами. Цей метод є більш трудомістким, вимагає високої кваліфікації економістів, залучення в процес нормування працівників багатьох служб підприємства (постачання, юридичної, збуту продукції, виробничого відділу, та ін.). Це дозволить найбільш точно розрахувати потребу підприємства в оборотних засобах. У цьому методі норма визначається за даними конструкторської, технологічної документації, робочим кресленням, за рецептурами. Метод прямого розрахунку використовують при організації нового підприємства та для уточнення діючих нормативів оборотних засобів.

Розглянемо нормування оборотних засобів розрахунково-аналітичним методом або методом прямого рахунку.

Загальний норматив оборотних засобів складається з чотирьох складових.

$$H = H_{вз} + H_{нзв} + H_{гп} + H_{вмп}. \quad (1)$$

1. Нормування оборотних засобів у виробничих запасах.

Нормування оборотних засобів у виробничих запасах є основою розрахунків потреби підприємства в оборотних засобах.

Виробничі запаси включають такі елементи, як сировину, основні матеріали, придбані напівфабрикати, допоміжні матеріали, паливо, тару, запасні частини, малоцінні і швидкозношувані предмети.

Нормування оборотних засобів починається з розробки мінімально необхідних норм запасу за окремими видами товарно-матеріальних цінностей, необхідних для здійснення виробничої діяльності.

Норматив оборотних засобів у виробничих запасах обчислюється як добуток середньодобової потреби матеріалів у вартісному вираженні і норми їх запасів в днях.

$$H_{вз} = \Pi_{ср,доб} \cdot T_n = \frac{N}{D} \cdot q_n \cdot Ц \cdot (T_{пот} + T_{страх} + T_{тр} + T_{техн} + T_{підг} + T_{сезон}) \quad (2)$$

де $P_{\text{ср.дод}}$ – середньодобова потреба в даному матеріалі, грн./дн.;
 $T_{\text{н}}$ – норма запасу у днях, дн.;
 N – річний обсяг виробництва, шт.;
 D – кількість календарних днів в періоді, дн.;
 $q_{\text{н}}$ – норма витрати матеріалу на 1 виріб, кг/шт.;
 C – ціна 1 кг матеріалу, грн./кг;
 $T_{\text{пот}}$ – поточний запас, дн.;
 $T_{\text{страх}}$ – страховий запас, дн.;
 $T_{\text{тр}}$ – транспортний запас, дн.;
 $T_{\text{техн}}$ – технологічний запас, дн.;
 $T_{\text{підг}}$ – підготовчий запас, дн.;
 $T_{\text{сезон}}$ – сезонний запас, дн.

Норма оборотних виробничих фондів у виробничих запасах ($T_{\text{н}}$) – це кількість днів, протягом яких оборотні виробничі фонди знаходяться у матеріальних запасах, починаючи з оплати рахунків за матеріали та закінчуючи моментом їх передачі у виробництво.

Норма запасу матеріальних ресурсів в днях ($T_{\text{н}}$) включає:

1) *Поточний запас* – основний вид запасу, необхідний для безперебійної роботи підприємства між двома суміжними поставками матеріалів. Чим частіше прибуває сировина і матеріали на склад, тим менше поточний запас і навпаки.

$$T_{\text{пот}} = \frac{T_{\text{п}}}{2}, \quad (3)$$

де $T_{\text{п}}$ – період між двома поставками, дн.;

Отже до поточного запасу ресурсів в днях відноситься половина періоду між двома поставками ресурсу.

Інтервал між поставками встановлюється на основі договору з постачальниками або виходячи із фактичних даних попереднього періоду.

На підприємстві запаси одних видів сировини, матеріалів можуть бути максимальними, якщо матеріал тільки надійшов на склад, а запаси інших матеріалів можуть бути мінімальними, якщо цей матеріал закінчується. Тому, щоб не заморожувати оборотні засоби в зайвих матеріальних запасах, поточний запас сировини і матеріалів рекомендується приймати в розмірі 50% тривалості інтервалу між двома суміжними поставками.

На підприємствах, де споживається обмежена кількість сировини і матеріалів і надходять вони від одного або двох постачальників, поточний запас може встановлюватися в розмірі 100% тривалості інтервалу між суміжними поставками.

2) *Страховий запас* – створюється на випадок непередбачених відхилень у постачанні і забезпечує безперервну роботу підприємства. Приймається в розмірі 50% від поточного запасу.

3) *Транспортний запас* – час знаходження матеріалів в дорозі після їх оплати постачальнику.

4) *Технологічний запас* – створюється у разі потреби проходження сировиною попередньої обробки.

5) *Підготовчий запас* пов'язаний з необхідністю приймання, розвантаження, сортування та складування виробничих запасів.

6) *Сезонний запас* – запас, утворення якого обумовлено сезонним характером виробництва або умовами доставки.

Фактори, що впливають на формування виробничих запасів підприємства:

- потреба в матеріальних ресурсах;
- періодичність використання матеріальних ресурсів у виробництві;
- сезонність виробництва, споживання та транспортування.

2 Норматив оборотних засобів у незавершеному виробництві

$$H_{\text{нзв}} = V_{\text{ср.доб}} \cdot C \cdot K_{\text{нв}} \cdot T_{\text{ц}} = \frac{N}{D} \cdot C \cdot K_{\text{нв}} \cdot T_{\text{ц}}, \quad (4)$$

де $V_{\text{ср.доб}}$ – середньодобовий випуск даного виробу, шт./дні;

C – виробнича собівартість даного виробу, грн;

$K_{\text{нв}}$ – коефіцієнт нарощування витрат;

$T_{\text{ц}}$ – тривалість виробничого циклу виготовлення виробу, дні.

Незавершене виробництво – це незавершена продукція, яка знаходиться на різних стадіях технологічного процесу виготовлення (на робочих місцях, агрегатах, верстатах, складах укомплектування).

Коефіцієнт нарощування витрат показує ступінь готовності виробів. Розраховується за формулою:

$$K_{\text{нв}} = \frac{C_{\text{м}} + 0,5 \cdot (C - C_{\text{м}})}{C}, \quad (5)$$

де $C_{\text{м}}$ – витрати на сировину і матеріали у виробничій собівартості, грн.;

$(C - C_{\text{м}})$ – собівартість одиниці виробу без матеріальних витрат (наступні витрати у виробництво), грн.;

C – виробнича собівартість виробу, грн.

Якщо витрати на виробництво рівномірні протягом виробничого циклу, то

$$K_{\text{нв}} = \frac{V_{\text{поч}} + 0,5 \cdot V_{\text{наст}}}{V_{\text{поч}} + V_{\text{наст}}}, \quad (6)$$

де $V_{\text{поч}}$ – початкові витрати на виготовлення продукції (на початку (у перший день) виробничого циклу), грн;

$V_{\text{наст}}$ – наступні витрати на виготовлення продукції, грн.

3. Норматив оборотних засобів у запасах готової продукції на складі

$$N_{\text{ГП}} = V_{\text{ср.доб}} \cdot C \cdot n_{\text{ГОТ}} = \frac{N}{D} \cdot C \cdot n_{\text{ГОТ}}, \quad (7)$$

де $n_{\text{ГОТ}}$ – норма запасу готової продукції на складі, дні.

Це кількість днів, необхідна для підготовки продукції до реалізації, тобто її комплектування, упаковка, відвантаження споживачеві, оформлення платіжних документів.

4. Норматив оборотних засобів у витратах майбутніх періодів

$$N_{\text{ВМП}} = \text{ВМП}_{\text{п.р}} + \text{ВМП}_{\text{пл}} - \text{ВМП}_{\text{погаш}}, \quad (8)$$

де $\text{ВМП}_{\text{п.р}}$ – сума оборотних засобів, вкладених у витрати майбутніх періодів, на початок планового року (ВМП на початок планового року), грн;

$\text{ВМП}_{\text{пл}}$ – витрати майбутніх періодів на даний плановий період за кошторисом (ВМП, що будуть здійснені в плановому році), грн;

$\text{ВМП}_{\text{погаш}}$ – погашення ВМП, які включаються у собівартість продукції планового періоду за кошторисом витрат на виробництво, грн.

ТЕСТИ

Оборотні засоби підприємства – це частина виробничих засобів підприємства, яка ...

1. споживається повністю в одному технологічному циклі;
2. підлягає амортизації протягом періоду корисного використання;
3. формується з прибутку підприємства;
4. переносить свою вартість на вартість готової продукції за один виробничий цикл;

До складу оборотних виробничих засобів підприємства входять наступні матеріально-речові елементи:

1. верстати, агрегати, пристосування, тара;
2. готова продукція, грошові кошти в касі, грошові кошти на розрахунковому рахунку підприємства;
3. виробничі запаси сировини, матеріалів, напівфабрикатів, запасних частин, палива, незавершеного виробництва, витрат майбутніх періодів;
4. прибуток підприємства, заборгованість постачальникам;

З перерахованих елементів виберіть ті, що відносяться до фондів обігу

підприємства:

1. сировина, матеріали, покупні напівфабрикати;
2. дебіторська заборгованість;
3. незавершене виробництво;
4. паливо;

До оборотних виробничих фондів підприємства належать:

1. продукція, виробництво якої ще не завершено;
2. готова продукція на складах підприємства;
3. готівкові та безготівкові грошові кошти підприємства;
4. запаси сировини і матеріалів;
5. дебіторська заборгованість;
6. кошти в розрахунках;
7. напівфабрикати;

Запас, який утворюється в тих випадках, коли матеріали, які надходять, не відповідають вимогам технологічного процесу і до запуску у виробництво проходять відповідну обробку:

1. поточний запас;
2. страховий запас;
3. технологічний запас;
4. транспортний запас;
5. сезонний запас;

Що з перерахованого відносять до нормованих оборотних засобів:

1. всі виробничі запаси;
2. кошти на рахунках в банку;
3. готова продукція;
4. готівка в касі;

Вивільнення оборотних засобів відбувається в наслідок:

1. скорочення тривалості одного обороту;
2. збільшення тривалості одного обороту;
3. прискорення оборотності;
4. зменшення необхідної суми оборотних засобів;

Оборотні засоби включають:

1. основні виробничі засоби;
2. оборотні виробничі фонди;
3. фонди обігу;
4. основні невиробничі засоби;

До фондів обігу відносять:

1. матеріальні ресурси підприємства;
2. незавершене виробництво;

3. грошові кошти в касі, на розрахунковому рахунку, всі види заборгованостей;
4. транспортні засоби підприємства, виробничі споруди, будівлі;

Який показник не використовується при оцінці ефективності оборотних засобів:

1. коефіцієнт змінності;
2. коефіцієнт оборотності;
3. тривалість одного обороту;
4. вартість вивільнених оборотних засобів;

Прискорення оборотності оборотних засобів на стадії обігу забезпечується на основі:

1. раціонального використання матеріальних ресурсів;
2. впровадження прогресивної техніки і технологій;
3. дотримання платіжної дисципліни;

Коефіцієнт оборотності оборотних засобів характеризує:

1. кількість оборотів оборотних засобів за відповідний період часу;
2. середню тривалість одного обороту;
3. кількість продукції, яка припадає на 1 грн. оборотних засобів;
4. рівень технічного озброєння праці;

Які елементи виробничих засобів не є оборотними засобами:

1. виробничі запаси;
2. незавершене виробництво;
3. вимірювальні прилади;
4. готова продукція;
5. напівфабрикати;

Ефективність використання оборотних засобів характеризує:

1. тривалість одного обороту;
2. коефіцієнт змінності;
3. фондвіддача;
4. коефіцієнт оборотності оборотних засобів;
5. фондоозброєність;
6. фондомісткість;

Який елемент оборотних засобів не нормується:

1. виробничі запаси;
2. незавершене виробництво;
3. готова продукція;
4. дебіторська заборгованість;

Які види запасів не враховують у виробничі запаси:

1. поточні запаси;

2. запаси невстановленого устаткування;
3. страховий запас;
4. транспортний запас;
5. технологічний запас;

Які показники використовуються при оцінці тривалості одного обороту:

1. кількість робочих днів у році;
2. обсяг реалізованої продукції;
3. розклад роботи підприємства;
4. вартість основних засобів;
5. вартість оборотних засобів;
6. кількість календарних днів у році;

Які показники використовуються при оцінці ефективності оборотних засобів:

1. собівартість реалізованої продукції;
2. вартість реалізованої продукції;
3. вартість оборотних засобів;
4. вартість основних засобів;

Для нормування оборотних засобів у виробничих запасах не використовують такі показники:

1. потреба в матеріалі на один виріб в натуральному вираженні;
2. ціна за одиницю матеріалу;
3. середня ціна одиниці виробу;
4. норма запасу в днях;

Економічне значення оборотності оборотних засобів підприємства полягає в тому, що:

1. вона визначає структуру основних засобів підприємства;
2. від неї залежить забезпеченість виробництва сировинно-матеріальними ресурсами;
3. від неї залежить величина необхідних підприємству грошових коштів для здійснення процесу виробництва і реалізації;

Поточний виробничий запас утворюється з метою забезпечення:

1. безперебійного процесу виробництва між двома черговими поставками матеріальних ресурсів;
2. підготовки сировини до виробничого споживання;
3. доставки сировини від постачальника до споживача;
4. прийняття і складування сировини;

Метод нормування сировини і матеріалів, в якому норма визначається за даними конструкторської, технологічної документації, за робочими кресленнями, рецептурами – це:

1. розрахунково-аналітичний метод;

2. дослідний метод;
3. дослідно-статистичним метод;

Визначення «оборотні засоби» включає в себе:

1. частину засобів виробництва, що беруть участь у виробничому циклі один раз і повністю переносять свою вартість на собівартість виготовленої продукції;
2. основні і допоміжні матеріали, напівфабрикати власного виготовлення, придбані напівфабрикати, комплектуючі вироби, верстати, інструменти, транспортні засоби;
3. засоби виробництва, які беруть участь у виробничому циклі багато разів і поступово переносять свою вартість на собівартість виготовленої продукції;

До складу нормованих оборотних засобів включають:

1. дебіторську заборгованість;
2. готівку в касі;
3. відвантажену готову продукцію;
4. кошти на поточному рахунку;

Оборотні засоби використовуються тим ефективніше, чим:

1. менше фондівіддача;
2. більше тривалість одного обороту;
3. більше коефіцієнт оборотності;
4. більше фондоозброєність;

Не нормується такий елемент оборотних засобів:

1. грошові кошти на розрахунковому рахунку;
2. виробничі запаси;
3. залишки готової продукції на складі;
4. незавершене виробництво;

Норматив оборотних коштів у незавершеному виробництві визначається з урахуванням:

1. середньодобового обсягу випуску продукції, виробничої собівартості продукції, тривалості виробничого циклу і коефіцієнта нарощування витрат;
2. середньодобового обсягу реалізованої продукції;
3. річного випуску продукції за оптовими цінами виробника;

Яке з наведених нижче визначень відповідає показнику тривалості одного обороту оборотних засобів:

1. відношення вартості реалізованої продукції до середніх залишків оборотних засобів у відповідному періоді;
2. відношення середніх залишків оборотних коштів до вартості

реалізованої продукції за відповідний період;

3. відношення тривалості календарного періоду до кількості оборотів оборотних засобів;

Фонди обігу – це:

1. оборотні засоби, які не беруть участі у виробничих циклах, але авансуються підприємством на створення оборотних виробничих засобів;

2. матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх в процесі виробництва, вартість яких перевищує 2500 гривень і поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом;

3. оборотні засоби, які беруть участь в одному виробничому циклі і переносять свою вартість на вартість готової продукції відразу і повністю, змінюючи при цьому свою натуральну форму;

До оборотних виробничих фондів належать:

1. запаси сировини і матеріалів;

2. устаткування цеху;

3. заробітна плата робітників;

4. готова продукція;

5. незавершене виробництво;

До ненормованих оборотних засобів відносяться:

1. незавершене виробництво;

2. дебіторська заборгованість;

3. грошові кошти;

4. виробничі запаси;

5. готова продукція;

Оцінка ефективності використання оборотних засобів здійснюється на основі показників:

1. коефіцієнта оборотності;

2. матеріаломісткості;

3. фінансової стійкості;

4. енергомісткості;

5. тривалості обороту;

При розрахунку коефіцієнта завантаження оборотних засобів використовуються показники:

1. собівартість реалізованої продукції;

2. середній залишок оборотних коштів;

3. кількість робочих днів у розрахунковому періоді;

4. середня вартість основних засобів;

5. вартість реалізованої продукції;

Коефіцієнт нарощування витрат враховується при розрахунку нормативу

оборотних засобів у:

1. дебіторській заборгованості;
2. виробничих запасах;
3. незавершеному виробництві;
4. залишках готової продукції;
5. грошових коштів;

Про підвищення ефективності використання оборотних засобів свідчить зменшення:

1. тривалості обороту;
2. коефіцієнта оборотності;
3. фондівдачі;
4. рентабельності;
5. фондоозброєності;

На величину оборотних засобів у виробничих запасах не впливають:

1. норми витрат матеріальних ресурсів на виробництво продукції;
2. вартість матеріальних ресурсів;
3. трудомісткість продукції;
4. організація постачання матеріальних ресурсів;

ЗАДАЧІ

Задача 1.

Визначити коефіцієнт оборотності оборотних засобів в плановому періоді, якщо обсяг реалізації продукції у звітному періоді 220 т. грн., в плановому році він знизиться на 13%, обсяг оборотних засобів 75 т. грн.

Розв'язання

Визначення коефіцієнта оборотності оборотних засобів:

$$K_{об} = \frac{O}{\Phi_{ос}}$$

де O – обсяг реалізованої продукції за рік, грн.;

$\Phi_{ос}$ – середньорічний залишок оборотних засобів (середньорічна вартість оборотних засобів), грн.

$$K_{об(пл)} = \frac{220 \cdot 0,87}{75} = \frac{191,4}{75} = 2,5 \text{ об.}$$

Задача 2.

Визначити тривалість одного обороту, якщо річний обсяг реалізації у звітному періоді 100 т.грн., величина оборотних засобів 35 т.грн.

Розв'язання

1. Визначення коефіцієнта оборотності оборотних засобів:

$$K_{об} = \frac{O}{\Phi_{ос}}$$

де O – обсяг реалізованої продукції за рік, грн.;

$\Phi_{ос}$ – середньорічний залишок оборотних засобів (середньорічна вартість оборотних засобів), грн.

$$K_{об} = \frac{100}{35} = 2,8 \text{ об}$$

2. Визначення тривалості 1 обороту оборотних засобів:

$$T_{об} = \frac{D}{K_{об}}$$

де D – кількість календарних днів у періоді, що розглядається (360; 90), дн.

$$T_{об} = \frac{360}{2,8} = 128,6 \text{ дн.}$$

Задача 3.

Визначити розмір оборотних засобів у виробничих запасах за одним з видів матеріалів. Вихідні дані: програма випуску виробів на рік – 1 000 шт., норма витрат матеріалу на 1 виріб – 60 кг, ціна матеріалу – 8 грн./кг, інтервал між поставками матеріалів – 20 днів, період страхового запасу – 5 днів.

Розв'язання

Визначення нормативу оборотних засобів у виробничих запасах.

$$N_{вз} = \frac{N}{D} \cdot q_n \cdot Ц \cdot \left(\frac{T_{п}}{2} + T_{страх} \right)$$

де N – річний обсяг виробництва, шт.;

D – кількість календарних днів в періоді, дн.;

q_n – норма витрат матеріалу на 1 виріб, кг/шт.;

$Ц$ – ціна 1 кг матеріалу, грн./кг;

T_{Π} – період між двома поставками матеріалів, дн.;

$T_{\text{страх}}$ – страховий запас, дн..

$$H_{\text{вз}} = \frac{1\,000}{360} \cdot 60 \cdot 8 \cdot \left(\frac{20}{2} + 5\right) = 20\,000 \text{ грн.}$$

Задача 4.

Визначити показники оборотності оборотних засобів й відносне вивільнення оборотних засобів. Вихідні дані: обсяг реалізованої продукції за планом на рік – 188 млн. грн., середньорічна сума оборотних засобів – 9 млн. грн. Фактичний обсяг реалізованої продукції становить 195 млн. грн.

Розв'язання

1. Визначення коефіцієнта оборотності оборотних засобів за планом:

$$K_{\text{об}} = \frac{O}{\Phi_{\text{ос}}}$$

де O – обсяг реалізованої продукції за рік, грн.;

$\Phi_{\text{ос}}$ – середньорічний залишок оборотних засобів (середньорічна вартість оборотних засобів), грн.

$$K_{\text{об}}(\text{пл}) = \frac{188}{9} = 20,9 \text{ об}$$

2. Визначення тривалості 1 обороту оборотних засобів за планом:

$$T_{\text{об}} = \frac{D}{K_{\text{об}}}$$

де D – кількість календарних днів у періоді, що розглядається (360; 90), дн.

$$T_{\text{об}}(\text{пл}) = \frac{360}{20,9} = 17,2 \text{ дн.}$$

3. Визначення коефіцієнта оборотності оборотних засобів за фактом:

$$K_{\text{об}}(\text{ф}) = \frac{195}{9} = 21,7 \text{ об}$$

4. Визначення тривалості 1 обороту оборотних засобів за фактом:

$$T_{\text{об}}(\text{ф}) = \frac{360}{21,7} = 16,6 \text{ дн.}$$

4. Економія (відносна вивільнення) оборотних засобів:

$$\Phi_{\text{оз відн}} = E_{\text{оз}} = (T_{\text{об ф}} - T_{\text{об пл}}) \cdot \frac{O_{\text{ф}}}{D}$$

де $T_{\text{об ф}}$, $T_{\text{об пл}}$ – середня тривалість одного обороту оборотних засобів відповідно за фактом і за планом, дн.

$O_{\text{зв}}$ – обсяг реалізованої продукції за фактом, грн.

$$E_{\text{оз}} = (16,6 - 17,2) \cdot \frac{195}{360} = -0,33 \text{ млн. грн.}$$

Має місце відносна економія оборотних засобів, що свідчить про позитивну тенденцію у діяльності підприємства.

Задача 5.

Визначити зміни коефіцієнтів оборотності оборотних засобів, тривалості одного обороту й розмір вивільнення оборотних засобів. Вихідні дані: норматив оборотних засобів підприємства у звітному році склав 1,4 млн. грн., обсяг реалізованої продукції звітного року – 2,8 млн. грн.; в планованому році передбачається збільшення обсягу реалізації на 15% й зниження нормативу оборотних засобів на 7%.

Розв'язання

1. Визначення коефіцієнта оборотності оборотних засобів у звітному році:

$$K_{\text{об}} = \frac{O}{\Phi_{\text{ос}}}$$

де O – обсяг реалізованої продукції за рік, грн.;

$\Phi_{\text{ос}}$ – середньорічний залишок оборотних засобів (середньорічна вартість оборотних засобів), грн.

$$K_{\text{об(зв.)}} = \frac{2,8}{1,4} = 2 \text{ об}$$

2. Визначення тривалості 1 обороту оборотних засобів у звітному році:

$$T_{\text{об}} = \frac{D}{K_{\text{об}}}$$

де D – кількість календарних днів у періоді, що розглядається (360; 90),

дн.

$$T_{об(зв)} = \frac{360}{2} = 180 \text{ дн.}$$

3. Визначення коефіцієнта оборотності оборотних засобів у плановому році:

$$K_{об(пл)} = \frac{2,8 \cdot 1,15}{1,4 \cdot 0,93} = \frac{3,22}{1,3} = 2,47 \text{ об}$$

4. Визначення тривалості 1 обороту оборотних засобів у плановому році:

$$T_{об(пл)} = \frac{360}{2,47} = 145,7 \text{ дн.}$$

5. Визначення величину оборотних засобів в плановому році:

$$\Phi_{оз(пл)} = 1,4 \cdot 0,93 = 1,302 \text{ млн. грн.}$$

6. Абсолютне вивільнення оборотних засобів:

$$\Delta\Phi_{оз} = \Phi_{оз.пл} - \Phi_{оз.зв}$$

де $\Phi_{оз.пл}$, $\Phi_{оз.зв}$ – середньорічна величина оборотних засобів відповідно у плановому й звітному періодах.

$\Delta\Phi_{оз} = 1,302 - 1,4 = -0,098$ млн. грн. – економія оборотних засобів (позитивна тенденція).

7. Відносне вивільнення оборотних засобів:

$$\Phi_{оз.відн} = E_{оз} = (T_{об.пл} - T_{об.зв}) \cdot \frac{O_{пл.}}{Д}$$

де $T_{об.пл}$, $T_{об.зв}$ – середня тривалість одного обороту оборотних засобів відповідно у плановому й звітному періодах, дн.

$O_{пл}$ – обсяг реалізованої продукції у плановому періоді, грн.

$$\Phi_{оз.відн} = E_{оз} = (145,7 - 180) \cdot \frac{2,8 \cdot 1,15}{360} = -0,306 \text{ млн. грн.}$$

Має місце відносна економія оборотних засобів – позитивна тенденція.

Задача 6.

Визначити коефіцієнти оборотності оборотних засобів і величину 1 обороту, а також розмір оборотних засобів, що вивільняються. Нормовані

оборотні засоби у звітному році мають величину 80 млн. грн., обсяг реалізованої продукції – 640 млн. грн. У планованому році підприємство прискорить оборотність оборотних засобів у порівнянні зі звітним роком на 10%.

Розв'язання

1. Визначення коефіцієнта оборотності оборотних засобів у звітному році:

$$K_{об} = \frac{O}{\Phi_{ос}}$$

де O – обсяг реалізованої продукції за рік, грн.;

$\Phi_{ос}$ – середньорічний залишок оборотних засобів (середньорічна вартість оборотних засобів), грн.

$$K_{об(зв)} = \frac{640}{80} = 8 \text{ об}$$

2. Визначення тривалості 1 обороту оборотних засобів у звітному році:

$$T_{об} = \frac{D}{K_{об}}$$

де D – кількість календарних днів у періоді, що розглядається (360; 90), дн.

$$T_{об(зв)} = \frac{360}{8} = 45 \text{ дн.}$$

3. Визначення коефіцієнта оборотності оборотних засобів у плановому році:

$$K_{об(пл)} = K_{об(зв)} \cdot 1,1 = 8 \cdot 1,1 = 8,8 \text{ об}$$

4. Визначення тривалості 1 обороту оборотних засобів у плановому році:

$$T_{об(пл)} = \frac{360}{8,8} = 40,9 \text{ дн.}$$

5. Визначення величини оборотних засобів в плановому році:

$$\Phi_{оз(пл)} = \frac{O}{K_{об(пл)}} = \frac{640}{8,8} = 72,72 \text{ млн. грн.}$$

6. Абсолютне вивільнення оборотних засобів:

$$\Delta\Phi_{\text{оз}} = \Phi_{\text{оз.пл}} - \Phi_{\text{оз.зв}}$$

де $\Phi_{\text{оз.пл}}$, $\Phi_{\text{оз.зв}}$ – середньорічна величина оборотних засобів відповідно у плановому й звітному періодах.

$\Delta\Phi_{\text{оз}} = 72,72 - 80 = -7,28$ млн. грн. – економія оборотних засобів (позитивна тенденція).

7. Відносне вивільнення оборотних засобів:

$$\Phi_{\text{оз відн}} = E_{\text{оз}} = (T_{\text{об пл}} - T_{\text{об зв}}) \cdot \frac{O_{\text{пл}}}{D}$$

де $T_{\text{об пл}}$, $T_{\text{об зв}}$ – середня тривалість одного обороту оборотних засобів відповідно у плановому й звітному періодах, дн.

$O_{\text{зв}}$ – обсяг реалізованої продукції у плановому періоді, грн.

$$\Phi_{\text{оз відн}} = E_{\text{оз}} = (40,9 - 45) \cdot \frac{640}{360} = -7,29 \text{ млн. грн.}$$

Має місце відносне вивільнення оборотних засобів (позитивна тенденція).

Задача 7.

Визначити коефіцієнти оборотності оборотних засобів, тривалість одного обороту у звітному й планованому роках, розмір вивільнення оборотних засобів у планованому році у зв'язку з прискоренням їх оборотності. Підприємство реалізувало у звітному році товарної продукції на суму 3 млн. грн. при середніх розмірах нормованих оборотних засобів 1 млн. грн. На наступний рік заплановано збільшення обсягу реалізації продукції на 15% і скорочення тривалості одного обороту на 11 днів.

Розв'язання

1. Визначення коефіцієнта оборотності оборотних засобів у звітному році:

$$K_{\text{об}} = \frac{O}{\Phi_{\text{ос}}}$$

де O – обсяг реалізованої продукції за рік, грн.;

$\Phi_{\text{ос}}$ – середньорічний залишок оборотних засобів (середньорічна вартість оборотних засобів), грн.

$$K_{об(зв)} = \frac{3}{1} = 3 \text{ об}$$

2. Визначення тривалості 1 обороту оборотних засобів у звітному році:

$$T_{об} = \frac{D}{K_{об}}$$

де D – кількість календарних днів у періоді, що розглядається (360; 90), дн.

$$T_{об(зв)} = \frac{360}{3} = 120 \text{ дн.}$$

3. Визначення тривалості 1 обороту оборотних засобів у плановому році:

$$T_{об(пл)} = 120 - 11 = 109 \text{ дн.}$$

4. Визначення тривалості 1 обороту оборотних засобів у плановому році:

$$K_{об(пл)} = \frac{360}{109} = 3,3 \text{ об}$$

5. Визначення величини оборотних засобів в плановому році:

$$\Phi_{оз(пл)} = \frac{O_{пл}}{K_{об(пл)}} = \frac{3 \cdot 1,15}{3,3} = \frac{3,45}{3,3} = 1,045 \text{ млн. грн.}$$

6. Абсолютне вивільнення оборотних засобів:

$$\Delta\Phi_{оз} = \Phi_{оз.пл} - \Phi_{оз.зв}$$

де $\Phi_{оз.пл}$, $\Phi_{оз.зв}$ – середньорічна величина оборотних засобів відповідно у плановому й звітному періодах.

$\Delta\Phi_{оз} = 1,045 - 1 = 0,045$ млн. грн. – перевитрати оборотних засобів (негативна тенденція).

7. Відносне вивільнення оборотних засобів:

$$\Phi_{оз \text{ відн}} = E_{оз} = (T_{об \text{ пл}} - T_{об \text{ зв}}) \cdot \frac{O_{пл}}{D}$$

де $T_{об \text{ пл}}$, $T_{об \text{ зв}}$ – середня тривалість одного обороту оборотних засобів

відповідно у плановому й звітному періодах, дн.

$O_{пл}$ – обсяг реалізованої продукції у плановому періоді, грн.

$$\Phi_{оз\ відн} = E_{оз} = (109 - 120) \cdot \frac{3 \cdot 1,15}{360} = -0,105 \text{ млн. грн.}$$

Має місце відносне вивільнення оборотних засобів (позитивна тенденція).

Задача 8.

Визначити норматив оборотних засобів у виробничих запасах матеріальних ресурсів.

Річна виробнича програма виробів: А – 500 шт., Б – 300 шт. Потреба основних матеріалів на вироби представлена в таблиці.

Таблиця – Потреба основних матеріалів на вироби

Види матеріалів	Норми витрат на вироби, г		Ціна металів, грн./т	Період між двома поставками матеріалів, дні	Норма страхового запасу, дні
	А	Б			
Чавун	0,2	0,3	10 000	30	15
Сталь	0,5	0,7	12 000	60	25
Кольоровий метал	0,08	0,04	40 000	90	45

Потреба допоміжних матеріалів на річний випуск – 360 000 грн. при загальній нормі запасу 40 днів, палива – 320 000 грн. при нормі запасу 30 днів, інших виробничих запасів – 200 000 грн. при нормі запасу 60 днів.

Розв'язання

1. Визначення нормативу оборотних засобів у виробничих запасах.

$$H_{вз} = \frac{N}{D} \cdot q_n \cdot C \cdot \left(\frac{T_{п}}{2} + T_{страх} \right)$$

де N – річний обсяг виробництва, шт.;

D – кількість календарних днів в періоді, дн.;

q_n – норма витрат матеріалу на 1 виріб, кг/шт.;

C – ціна 1 кг матеріалу, грн./кг;

$T_{п}$ – період між двома поставками матеріалів, дн.;

$T_{страх}$ – страховий запас, дн..

Норматив оборотних засобів в основних матеріалах (чавун, сталь, кольоровий метал) за виробом А:

$$\text{Нвз А (чавун)} = \frac{500}{360} \cdot 0,2 \cdot 10\,000 \cdot \left(\frac{30}{2} + 15\right) = 83\,333,34 \text{ грн.}$$

$$\text{Нвз А (сталь)} = \frac{500}{360} \cdot 0,5 \cdot 12\,000 \cdot \left(\frac{60}{2} + 25\right) = 458\,333,34 \text{ грн.}$$

$$\text{Нвз А (кольоровий метал)} = \frac{500}{360} \cdot 0,08 \cdot 40\,000 \cdot \left(\frac{90}{2} + 45\right) = 400\,000 \text{ грн.}$$

$$\text{Нвз А } \Sigma = 83\,333,34 + 458\,333,34 + 400\,000 = 941\,666,68 \text{ грн.}$$

2. Норматив оборотних засобів в основних матеріалах (чавун, сталь, кольоровий метал) за виробом Б:

$$\text{Нвз Б (чавун)} = \frac{300}{360} \cdot 0,3 \cdot 10\,000 \cdot \left(\frac{30}{2} + 15\right) = 75\,000 \text{ грн.}$$

$$\text{Нвз Б (сталь)} = \frac{300}{360} \cdot 0,7 \cdot 12\,000 \cdot \left(\frac{60}{2} + 25\right) = 385\,000 \text{ грн.}$$

$$\text{Нвз Б (кольоровий метал)} = \frac{300}{360} \cdot 0,04 \cdot 40\,000 \cdot \left(\frac{90}{2} + 45\right) = 120\,000 \text{ грн.}$$

$$\text{Нвз Б } \Sigma = 75\,000 + 385\,000 + 120\,000 = 580\,000 \text{ грн.}$$

3. Визначення нормативу оборотних засобів за допоміжними матеріалами:

$$N_{\text{вз}} = P_{\text{ср.доб}} \cdot T_{\text{н}}$$

де $P_{\text{ср.доб}}$ – середньодобова потреба в даному матеріалі, грн./дн.;

$T_{\text{н}}$ – норма запаса в днях, дн.

$$\text{Нвз(доп. мат)} = \frac{360\,000}{360} \cdot 40 = 40\,000 \text{ грн.}$$

4. Визначення нормативу оборотних засобів по паливу:

$$\text{Нвз(паливо)} = \frac{320\,000}{360} \cdot 30 = 26\,700 \text{ грн.}$$

5. Визначення нормативу оборотних засобів за іншими видами виробничих запасів:

$$\text{Нвз(інші)} = \frac{200\,000}{360} \cdot 60 = 33\,360 \text{ грн.}$$

6. Визначимо сумарний норматив оборотних засобів у виробничих запасах матеріальних ресурсів.

$$\text{Нвз } \Sigma = 941\,666,68 + 580\,000 + 40\,000 + 26\,700 + 33\,360 = 1\,621\,726,68 \text{ грн.}$$

Задача 9.

Визначити норматив оборотних засобів за елементами (виробничі запаси, незавершене виробництво і готова продукція) і їх загальну суму.

Виробнича програма підприємства за певним видом виробу – 700 виробів на рік, собівартість 1 виробу – 150 грн. Коефіцієнт нарощування витрат у незавершеному виробництві – 0,66.

Витрати основних матеріалів на один виріб – 100 грн. при нормі запасу 25 днів. Витрати допоміжних матеріалів на річний випуск – 6 000 грн. при нормі запасу 40 днів, палива – 3 200 грн. на 30 днів, інших виробних запасів – 9 000 грн. на 60 днів. Витрати майбутніх періодів – 1 000 грн. Норма запасу готової продукції на складі підприємства – 5 днів. Тривалість виробничого циклу (середня) – 36,5 дня.

Розв'язання

Загальний норматив оборотних засобів складається з чотирьох складових:

$$H = H_{\text{вз}} + H_{\text{нзв}} + H_{\text{гп}} + H_{\text{вмп}}$$

1. Визначення нормативу оборотних засобів у виробничих запасах за основним матеріалом.

$$H_{\text{вз}} = \frac{N}{D} \cdot N_p \cdot T_n$$

де N – річний обсяг виробництва, шт.;

D – кількість календарних днів у періоді, дн.;

N_p – норма витрат матеріалу на один виріб у вартісному вираженні, грн./шт.;

T_n – норма запасу в днях, дн.

$$H_{\text{вз}} = \frac{700}{360} \cdot 100 \cdot 25 = 4\,861,11 \text{ грн.}$$

2. Визначення нормативу оборотних засобів за допоміжними матеріалами:

$$H_{\text{вз}} = P_{\text{ср.доб}} \cdot T_n$$

де $P_{\text{ср.доб}}$ – середньодобова потреба в даному матеріалі, грн./дн.;

T_n – норма запаса в днях, дн.

$$H_{\text{вз}}(\text{доп. мат}) = \frac{6\,000}{360} \cdot 40 = 666,67 \text{ грн.}$$

3. Визначення нормативу оборотних засобів по паливу:

$$H_{\text{вз(паливо)}} = \frac{3\,200}{360} \cdot 30 = 266,67 \text{ грн.}$$

4. Визначення нормативу оборотних засобів за іншими виробничими запасами:

$$H_{\text{вз(інші)}} = \frac{9\,000}{360} \cdot 60 = 1\,500 \text{ грн.}$$

$$H_{\text{пз}} = 4\,861,11 + 666,67 + 266,67 + 1\,500 = 7\,294,45 \text{ грн.}$$

5. Визначення нормативу оборотних засобів у незавершеному виробництві.

$$H_{\text{нзв}} = V_{\text{ср.доб}} \cdot C \cdot K_{\text{нв}} \cdot T_{\text{ц}} = \frac{N}{D} \cdot C \cdot K_{\text{нв}} \cdot T_{\text{ц}}$$

де $V_{\text{ср.доб}}$ – середньодобовий випуск даного виробу, шт./доб.;

C – виробнича собівартість даного виробу, грн.;

$K_{\text{нв}}$ – коефіцієнт нарощування витрат;

$T_{\text{ц}}$ – тривалість виробничого циклу виготовлення даного виробу, дн.

$$H_{\text{нзв}} = \frac{700}{360} \cdot 150 \cdot 0,66 \cdot 36,5 = 7\,026,25 \text{ грн.}$$

6. Визначення нормативу оборотних засобів в запасах готової продукції на складі:

$$H_{\text{гп}} = V_{\text{ср.доб.}} \cdot C \cdot n_{\text{гот.}} = \frac{N}{D} \cdot C \cdot n_{\text{гот.}}$$

де $n_{\text{гот.}}$ – норма запасу готової продукції на складі, дн.

$$H_{\text{гп}} = \frac{700}{360} \cdot 150 \cdot 5 = 1\,458,33 \text{ грн.}$$

7. Визначення загального нормативу оборотних засобів:

$$H = H_{\text{вз}} + H_{\text{нзв}} + H_{\text{гп}} + H_{\text{вмп}}$$

$$H_{\Sigma} = 7\,294,45 + 7\,026,25 + 1\,458,33 + 1\,000 = 16\,779,03 \text{ грн.}$$

Задача 10.

Визначити норматив оборотних засобів у незавершеному виробництві та в запасах готової продукції на складі. Вихідні дані: виробнича собівартість виробу за плановою калькуляцією – 520 грн., у т.ч. витрати на сировину, основні матеріали й покупні напівфабрикати складають 75%. Тривалість

виробничого циклу виготовлення виробу – 24 календарних дня. Річний випуск виробів – 8,3 тис. шт. Норма наявності готової продукції на складі – 9 днів.

Розв'язання

1. Визначення нормативу оборотних засобів у незавершеному виробництві.

$$H_{\text{нзв}} = V_{\text{ср.доб}} \cdot C \cdot K_{\text{нв}} \cdot T_{\text{ц}} = \frac{N}{D} \cdot C \cdot K_{\text{нв}} \cdot T_{\text{ц}}$$

де $V_{\text{ср.доб}}$ – середньодобовий випуск даного виробу, шт./доб.;

C – виробнича собівартість даного виробу, грн.;

$K_{\text{нв}}$ – коефіцієнт нарощування витрат;

$T_{\text{ц}}$ – тривалість виробничого циклу виготовлення даного виробу, дн.

Коефіцієнт нарощування витрат:

$$K_{\text{нв}} = \frac{M + 0,5 \cdot C'}{C}$$

де M – витрати на сировину й матеріали у виробничій собівартості, грн.;

C' – собівартість одиниці виробу без матеріальних витрат (наступні витрати ц виробництво), грн.

C – виробнича собівартість виробу, грн.

$$K_{\text{вз}} = \frac{M + 0,5 \cdot C'}{C} = \frac{520 \cdot 0,75 + 0,5 \cdot (520 - 520 \cdot 0,75)}{520} = 0,875$$

$$H_{\text{нзв}} = \frac{8\,300}{360} \cdot 520 \cdot 24 \cdot 0,875 = 251\,766,7 \text{ грн.}$$

2. Визначення нормативу оборотних засобів в запасах готової продукції на складі:

$$H_{\text{гп}} = V_{\text{ср.доб.}} \cdot C \cdot n_{\text{гот.}} = \frac{N}{D} \cdot C \cdot n_{\text{гот.}}$$

де $n_{\text{гот.}}$ – норма запасу готової продукції на складі, дн.

$$H_{\text{гп}} = \frac{8\,300}{360} \cdot 520 \cdot 9 = 107\,900 \text{ грн.}$$

Задача 11.

Визначити норматив оборотних засобів у незавершеному виробництві. Дати оцінку характеристикам обороту оборотних засобів підприємства, якщо відомо, що випуск продукції на рік склав 10 000 одиниць, собівартість виробу – 80 грн., ціна на 25% перевищує його собівартість;

середньорічний залишок оборотних засобів – 50 000 грн., тривалість виробничого циклу виготовлення виробу – 5 днів, коефіцієнт нарощування витрат у незавершеному виробництві – 0,5.

Розв'язання

1. Визначення нормативу оборотних засобів у незавершеному виробництві.

$$N_{\text{нзв}} = V_{\text{ср.доб}} \cdot C \cdot K_{\text{нв}} \cdot T_{\text{ц}} = \frac{N}{D} \cdot C \cdot K_{\text{нв}} \cdot T_{\text{ц}}$$

де $V_{\text{ср.доб}}$ – середньодобовий випуск даного виробу, шт./доб.;

C – виробнича собівартість даного виробу, грн.;

$K_{\text{нв}}$ – коефіцієнт нарощування витрат;

$T_{\text{ц}}$ – тривалість виробничого циклу виготовлення даного виробу, дн.

$$N_{\text{нзв}} = \frac{10\,000}{360} \cdot 80 \cdot 0,5 \cdot 5 = 5\,555,5 \text{ грн.}$$

2. Визначення коефіцієнта оборотності оборотних засобів у звітному році:

$$K_{\text{об}} = \frac{O}{\Phi_{\text{ос}}}$$

де O – обсяг реалізованої продукції за рік, грн.;

$\Phi_{\text{ос}}$ – середньорічний залишок оборотних засобів (середньорічна вартість оборотних засобів), грн.

$$K_{\text{об}} = \frac{10\,000 \cdot 80 \cdot 1,25}{50\,000} = 20 \text{ об}$$

6. Визначення тривалості 1 обороту оборотних засобів у звітному році:

$$T_{\text{об}} = \frac{D}{K_{\text{об}}}$$

де D – кількість календарних днів у періоді, що розглядається (360; 90), дн.

$$T_{\text{об}} = \frac{360}{20} = 18 \text{ дн.}$$

Задача 12.

Визначити коефіцієнт нарощування витрат у незавершеному виробництві. Вихідні дані: виробнича собівартість виробу за плановою калькуляцією – 1 000 грн., у т.ч. витрати на сировину, основні матеріали й покупні

напівфабрикати складають 60%.

Розв'язання

Коефіцієнт нарощування витрат:

$$K_{\text{нв}} = \frac{M + 0,5 \cdot C'}{C}$$

де M – витрати на сировину й матеріали у виробничій собівартості, грн.;

C' – собівартість одиниці виробу без матеріальних витрат (наступні витрати у виробництво), грн.

C – виробнича собівартість виробу, грн.

$$K_{\text{вз}} = \frac{M+0,5 \cdot C'}{C} = \frac{1\,000 \cdot 0,6 + 0,5 \cdot (1\,000 - 1\,000 \cdot 0,6)}{1\,000} = 0,8$$

Тема 6. Техніко-технологічна база і виробнича потужність підприємства. Лізинг як форма оновлення технічної бази виробництва (лекційні заняття – 2 години)

Лекція 12. Техніко-технологічна база й виробнича потужність підприємства. Лізинг як форма оновлення технічної бази виробництва

План лекції

1. Техніко–технологічна база підприємства
2. Лізинг як форма оновлення технічної бази виробництва
3. Виробнича потужність підприємства

Завдання на самостійну роботу студента

1. Характеристика розвитку техніко–технологічної бази

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник/* за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ, 2009. 816 с.

2. *Економіка підприємства : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти /* Н. Ю. Рекова, Є. О. Підгора, В. В. Ровенська, В. С. Рижиков, О. В. Латишева, І. Ю. Єрфорт, Т. П. Гігіс, І. І. Смирнова, С. В. Касьянюк. Краматорськ : ДДМА, 2021. 248 с.

URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20\(2\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20(2).pdf).

1 Техніко-технологічна база підприємства [5]

Можливості випуску продукції (надання послуг) заданого обсягу і якості вирішальною мірою залежать від рівня розвитку техніко-технологічної бази виробництва.

Техніко-технологічна база підприємства виробничої сфери – це системна сукупність найбільш активних елементів виробництва, яка визначає технологічний спосіб одержання продукції (надання послуг), який здійснюється за допомогою машинної техніки (устаткування, пристроїв, апаратів), різноманітних транспортних, передавальних, діагностичних та інформаційних засобів, організовані в технологічні системи виробничих підрозділів і підприємства в цілому.

Техніко-технологічна база кількісно і якісно відрізняється від основних виробничих засобів підприємства. Вона включає *технічну і технологічну складові*.

До складу **технічного компонента техніко–технологічної бази** входять лише ті види засобів і способів праці, які беруть безпосередню участь в реалізації виробничих технологій. Технічна складова техніко-технологічної бази підприємства включає:

- енергетичну базу (сукупність установок і мереж для забезпечення виробництва всіма видами енергії);

- робочі машини і устаткування, транспортно-переміщуючі машини й засоби;

- технічна база інформаційних процесів (інформаційно-обчислювальна техніка і засоби зв'язку).

Технологічна складова техніко-технологічної бази являє собою застосовувану на підприємстві технологію як засіб і процес отримання та переробки продуктів природи, сировини і матеріалів в предмети споживання і засоби виробництва. Застосовувані технології включають такі блоки:

- операції видобутку, обробки, переміщення, складування, контролю та інших складових технологічного процесу;

- сукупність способів і прийомів переробки ресурсів і отримання готової продукції;

- комплекс технологічної документації загального і спеціального призначення;

- застосування інноваційного оновлення та об'єктів інтелектуальної власності.

Технології виробництва постійно еволюціонують і кожен етап їх розвитку визначається як технологічний уклад. Прийнято виділяти шість технологічних укладів, серед яких перший і другий характеризують технології минулого (визначальні їх ознаки – механізація текстильної промисловості і використання парового двигуна, відповідно), а інші – нині застосовувані технології.

Третій технологічний уклад, який сформувався на початку ХХ століття, характеризується домінуванням електродвигунів, універсальних технологій обробки конструкційних матеріалів, розвитком

машинобудування і чорної металургії, основним джерелом енергії цього укладу є вугілля. Четвертий технологічний уклад в розвинених країнах підійшов до межі своїх можливостей в 80-х роках минулого століття. Він характеризується розвитком органічної хімії, полімерних матеріалів, автоматизацією основних технологічних процесів, переходом на нафтове енергоспоживання. Третій і четвертий уклади характеризують як традиційні.

В сучасних умовах переважає п'ятий технологічний уклад, ознаками якого є бурхливий розвиток мікроелектроніки, інформаційних технологій і комунікацій, гнучка автоматизація, комбіноване застосування конструкційних матеріалів із заданими властивостями, використання природного газу як основного енергоносія. Поступово проявляються ознаки шостого технологічного укладу, який повинен стати домінуючим в другій чверті ХХІ століття, і складається в широкому використанні штучного інтелекту, біо- і космічних технологій, генної інженерії, тонкої хімії, інтегрованих надшвидкісних транспортних систем, безпечної ядерної та природної енергії. П'ятий і шостий уклади класифікуються як прогресивні.

На сучасному етапі трансформації суспільного виробництва об'єктивно мають місце певні тенденції поступального розвитку техніко-технологічної бази підприємства виробничої сфери. Визначальними серед них є:

- 1) підвищення наукомісткості засобів праці, рівня фундаментальності втілюваних в них знань;
- 2) зростання масштабів і розширення спектра застосування сучасного мікроелектронного устаткування;
- 3) перетворення засобів праці на технічну цілісність вищого порядку;
- 4) трансформація техніко-технологічних засобів у все більш універсальні системи;
- 5) поглиблення інтеграції окремих елементів техніко-технологічної бази та організаційно-управлінських компонентів виробництва;
- 6) підвищення ступеня автоматизації техніки і технологічних систем, поступовий перехід до гнучкої автоматизації виробництва;
- 7) формування інноваційних виробничих систем нового покоління і застосування адекватних інноваційних моделей господарювання та методів управління.

Ці тенденції якісної зміни техніко-технологічної бази виробництва визначають основні вимоги, які необхідно враховувати при формуванні технічного базису підприємства з тим, щоб відповідати прогресивним технологічним укладам – п'ятому і шостому. Детальна характеристика переваг підприємств, що функціонують на основі прогресивних технологічних укладів, представлено в табл. 1.

Підприємства формують техніко-технологічну базу не тільки на основі відомих способів виробництва й активів, вони також є продуцентами технологічних процесів. Найпередовішими, орієнтованими

на майбутнє, і найважливішими для розвитку країни, є підприємства, що розробляють нові технологічні принципи і реалізують їх.

Таблиця 1 – Порівняльна характеристика техніко–технологічної бази підприємств традиційних й прогресивних технологічних укладів

Показник і характеристика	Техніко–технологічна база	
	Традиційні уклади	Прогресивні уклади
Тривалість виробничого циклу	місяці (з тенденцією до зростання)	дні (з тенденцією до зниження)
Тривалість перестройки (переналадки) виробництва	дні	хвилини
Строки виконання заказів	З точністю до тижня	З точністю до одного дня й при необхідності до одної години
Рівень якості продукції	80–90 %	100 %
Поставки матеріалів й напівфабрикатів	в обсязі місячної потреби	в обсязі потреби на годину
Величина оновлення асортименту	10 – 20 %	30 – 40 %
Розподіл праці	домінує вертикальна спеціалізація	поглиблюються диверсифікаційні процеси
Інформація	розглядається як допоміжний засіб	все більше виступає фактором виробництва
Обробка інформації	ручна, механізована, базується на розподілі праці	з використанням мікрокомп'ютерів та інформаційних мереж
Виробниче устаткування	зростання стандартних розмірів і одиничних потужностей	зростання економічності при зменшенні розмірів і енергоємності
Реакція виробничих систем на зміну попиту ринку	повільна	швидка
Іноваційне оновлення підприємства	має періодичний характер	здійснюється в режимі інноваційного конвеєра
Домінуючий тип виробництва	масове, поточне й крупносерійне	індивідуальне й дрібносерійне
Переважаючий тип автоматизації	комплексна поопераційна автоматизація виробництва	гнучка автоматизація виробництва
Система управління	зростання кількості рівнів управління і функціональних органів, переважання ієрархічної структури	зростання інтеграції рівнів управління і функціональних органів, поглиблення горизонтальних зв'язків
Пріоритетні галузі, нові сектори економіки, що народжуються й формуються	автомобільна галузь, літакобудування, тракторобудування, виробництво споживчих товарів тривалого використання, виробництво синтетичних і нафтохімічних продуктів	електронна промисловість, обчислювальна техніка, програмні продукти, телекомунікаційні засоби, робототехніка, нові керамічні матеріали, оптичні волоконні системи, інформаційні послуги

Друге місце займають підприємства, що доводять ці принципи до рівня промислових технологій, які можуть бути і застосованими у виробництві. Третє місце займають підприємства, які купують розроблені технології і виробляють на їх основі товари. Переважання в національній економіці тих чи других підприємств в остаточному підсумку визначає рівень розвитку і добробуту населення країни.

2 Лізинг як форма оновлення технічної бази виробництва [5]

Відповідно до Закону України «Про лізинг», який вступив чинності 10 січня 1998 року, **лізинг** - це підприємницька діяльність, спрямована на інвестування власних чи залучених фінансових коштів і яка полягає в наданні лізингодавцем (юридичною особою або індивідуальним підприємцем, які здійснюють лізингову діяльність) у виключне користування на визначений строк лізингоодержувачу (особі, яка отримує майно за договором лізингу) майна, яке є власністю лізингодателя або набувається ним у власність (за дорученням і за погодженням з лізингоодержувачем) у продавця (постачальника-виробника майна), за умови сплати лізингоодержувачем періодичних лізингових платежів.

Об'єктом лізингу може бути рухоме і нерухоме майно, що належить до основних засобів, в тому числі машини, устаткування, транспортні засоби, обчислювальна техніка та інша техніка, системи телекомунікацій та ін., Щодо яких немає обмежень щодо передачі їх в лізинг (оренду). Не можуть бути об'єктом лізингу земельні ділянки та друга природні об'єкти (мисливські угіддя, ліси, водойми тощо).

Розглянемо основні **види лізингу**.

Залежно від терміну використання об'єкта лізингу розрізняють: оперативний (з неповною окупністю) і фінансовий (з повною окупністю).

Залежно від масштабу поширення лізингових відносин: внутрішній (загальнодержавний) і міжнародний.

Залежно від характеру лізингових операцій - сервісний і зворотний.

Оперативний лізинг - це лізинг з неповною окупністю орендованих основних засобів. Він здійснюється відповідно до договору лізингу, в результаті укладення якого лізингоодержувач отримує в платне користування від лізингодавця відповідне майно на строк, менший від періоду амортизації, протягом якого нараховується 90 відсотків вартості об'єкта лізингу (оренди). Отже, лізингодавець може надавати майно в тимчасове користування кілька разів. Природно в цьому випадку зростає ризик щодо відшкодування залишкової вартості майна, так як воно зазнає фізичний знос і техніко-економічне старіння. Важливо підкреслити, що при оперативному лізингу зобов'язання з технічного обслуговування і ремонту орендованих засобів праці бере на себе лізингодавець.

Найбільш поширеним є **фінансовий лізинг** - це лізинг з повною окупністю орендованих матеріальних елементів основних засобів. Офіційно під фінансовим лізингом розуміють договір лізингу, відповідно до якого лізингодавець надає лізингоодержувачу майно на час, не менше від терміну, протягом якого нараховується 60 відсотків амортизаційних відрахувань від повної вартості об'єкта лізингу (на день укладення договору). Після закінчення терміну дії договору фінансового лізингу орендоване майно переходить у власність лізингоодержувача або викуповується ним за залишковою вартістю. За умови фінансового лізингу ризик втрати майна, а також здійснення його технічного обслуговування і ремонту бере на себе лізингоодержувач.

Внутрішній лізинг за своєю суттю і масштабом поширення буває внутрішньо- йди загальнодержавним. Його суб'єктами є українські підприємства (організації) або об'єднання підприємств (організацій). Українські суб'єкти лізингу можуть практично здійснювати дві його форми - зворотний та пайовий. **Зворотний лізинг** передбачає викуп лізингодавцем майна у власника (виробника) і передачу цього майна в лізинг самому власнику. При **частковому лізингу** оренда здійснюється за участю кількох суб'єктів лізингу із залученням одного чи кількох кредиторів. При цьому сума інвестованих кредиторами коштів не може перевищувати 80 відсотків вартості придбаного для лізингу майна.

Чинне законодавство України дозволяє здійснювати **міжнародний лізинг**. Останній реалізується суб'єктами лізингу, які перебувають під юрисдикцією різних країн, або тоді, коли лізингове майно чи платежі перетинають державний кордон. Тобто суб'єктами міжнародного лізингу завжди є інвестори інших країн. Це дає можливість вітчизняним підприємствам (організаціям) оновлювати свою технічну базу за рахунок конкурентоспроможного устаткування, транспортних та інших засобів праці **зарубіжного походження**.

Сервісний лізинг зазвичай застосовується за умови придбання на лізинговій основі складної техніки або такої, яка зазнає швидке техніко-економічне старіння (наприклад, комп'ютерно-обчислювальна та розмножувальна техніка, транспортні засоби).

Що стосується зворотного лізингу, то відповідно до чинного законодавства його було названо формою внутрішнього лізингу. Однак з наукової точки зору (за характером лізингових операцій) його коректніше було б вважати одним їх видів лізингу.

3 Виробнича потужність підприємства [5]

Виробнича потужність підприємства характеризується максимально можливим річним обсягом випуску продукції (видобутку і переробки сировини або надання певних послуг) адекватних ринковим

потребам номенклатури, асортименту та якості за умови більш повного використання прогресивної технології та організації виробництва.

Застосовуються різні вимірники виробничої потужності в залежності від характеру виробництва та галузевої підпорядкованості підприємства. Загальний підхід наступний: виробнича потужність визначається в тих показниках, в яких планується і здійснюється облік продукції, що виготовляється (послуг, що надаються). У більшості випадків це натуральні або умовно-натуральні вимірники за видами продукції (послуг). Для багатомономенклатурних виробництв потужність визначається вартісними показниками всього обсягу продукції (послуг), на підприємствах окремих галузей (наприклад, цукрової та молочної промисловості) – характеризується кількістю сировини, що переробляється за добу.

Наука і практика господарювання виділяє три види потужності підприємства: проектну, поточну (фактично досягнуту), резервну.

Проектна потужність – це потужність, яка визначається у процесі проектування нового підприємства або при реконструкції (розширенні) діючого підприємства; вона вважається оптимальною, оскільки склад і структура устаткування відповідають структурі трудомісткості запроєктованої номенклатури продукції і повинна бути досягнута протягом нормативного терміну її освоєння.

Поточна (фактично досягнута) виробнича потужність визначається періодично у зв'язку зі зміною умов виробництва (номенклатури і структури трудомісткості продукції) або у зв'язку з перевищенням проєктних показників. При цьому визначають вхідну (на початок року), вихідну (на кінець року) і середньорічну потужність підприємства.

Резервна потужність повинна формуватись і постійно підтримуватись в певних галузях – для покриття так званих пікових навантажень в електро- та газових мережах; надійного забезпечення енергоресурсами споживачів на період виконання ремонтно-аварійних робіт; харчової промисловості – для переробки істотно збільшеного обсягу сільськогосподарського, швидкопсувної сировини у високоврожайні роки; на транспорті – для перевезення збільшеної кількості пасажирів у літні місяці; в машинобудуванні та інших галузях – для підготовки виробництва та освоєння випуску нових видів устаткування (агрегатів, приладів).

Величина виробничої потужності підприємства формується під дією багатьох факторів. Головними з них є:

- номенклатура, асортимент і якість продукції, що виготовляється;
- кількість встановленого устаткування, розміри і склад виробничих площ, можливий річний фонд часу роботи устаткування і використання площ;
- прогресивні техніко-економічні норми продуктивності й використання устаткування, зняття продукції з одиниці виробничої площі,

нормативи тривалості виробничого циклу і трудомісткості продукції, що виготовляється (послуг, що надаються).

Хоча виробнича потужність підприємства розраховується з урахуванням галузевої належності підприємства і виду його діяльності, існують загальні для більшості галузей економіки *методичні принципи розрахунку виробничих потужностей діючих підприємств*. Вони полягають у наступному:

1. Виробничу потужність підприємства визначають за всією номенклатурою профільної продукції. При цьому проводять можливе зведення номенклатури, об'єднуючи окремі вироби в групи за конструкторсько-технологічною єдністю з визначенням для кожної з груп базового представника. Решта виробів цієї групи зводиться до характеристик цього представника за допомогою розрахункового коефіцієнта трудомісткості.

Якщо підприємство випускає декілька видів різної продукції, то виробнича потужність визначається окремо для кожного виду виробів. Наприклад, на металургійних заводах (комбінатах) обчислюють окремо потужність доменного, сталеплавильного і прокатного виробництв.

При розрахунку потужності багатноменклатурного виробництва в грошовому вираженні обов'язково додається виробнича програма випуску продукції, за якою визначена потужність підприємства.

2. Виробнича потужність підприємства встановлюється, виходячи з потужності провідних цехів (дільниць, технологічних ліній, агрегатів) основного виробництва з урахуванням заходів для ліквідації вузьких місць і можливого внутрішньовиробничого кооперування. До провідних належать ті виробничі підрозділи підприємства, які виконують головні технологічні процеси (операції) і мають вирішальне значення для забезпечення випуску профільних видів продукції. Наприклад, для підприємств чорної металургії провідними виробництвами прийнято вважати доменні, сталеплавильні та прокатні цехи; для підприємств машинобудування та металообробки – механічні, складальні, ливарні й ковальсько-пресові цехи; для цементної промисловості – печі з виробництва клінкеру; для текстильної промисловості – прядильне і ткацьке виробництво.

При наявності декількох провідних підрозділів підприємства його виробнича потужність розраховується за тими з них, які виконують найбільш трудомісткий обсяг робіт.

3. У розрахунки виробничої потужності підприємства включають: а) усе діюче і недіюче внаслідок несправності, ремонту та модернізації устаткування основних виробничих цехів; б) устаткування, що знаходиться на складі, і має бути введено в експлуатацію в основних цехах протягом розрахункового періоду; в) наднормативне резервне устаткування; г) наднормативне устаткування допоміжних цехів, якщо воно аналогічне технологічному устаткуванню основних цехів.

4. Виробничу потужність підприємства слід розраховувати за технічними або проектними нормами продуктивності устаткування, використання виробничих площ і трудомісткості виробів, нормами виходу продукції з урахуванням застосування прогресивної технології та досконалої організації виробництва.

5. Для розрахунку виробничої потужності підприємства береться максимально можливий річний фонд часу (кількість годин) роботи устаткування. На підприємствах з безперервним процесом виробництва таким максимальним можливим фондом часу роботи устаткування є календарний фонд за мінусом часу, необхідного для проведення ремонтів і технологічних зупинок устаткування. Для підприємств з дискретним процесом виробництва фонд часу роботи устаткування визначається виходячи їх фактичного режиму роботи основних цехів і встановленої тривалості змін у годинах з вирахуванням часу на проведення ремонтів устаткування, вихідних і святкових днів. У сезонних виробництвах фонд часу роботи устаткування регламентується встановленим режимом роботи підприємства (за технічним проектом) з урахуванням забезпечення оптимальної кількості діб роботи окремих технологічних цехів (ліній).

6. У найбільш загальному вигляді виробничу потужність провідного цеху (ділянки) з виготовлення однорідної продукції (переробки сировини, виконання інших виробничих операцій) можна визначити за однією з формул:

$$N_i = q_i \cdot F \cdot m \quad (1)$$

або

$$N_i = F \cdot m / T_{pi} \quad (2)$$

де N_i – потужність i -го виробничого підрозділу підприємства;

q_i – продуктивність устаткування у відповідних одиницях вимірювання i -ї продукції за годину;

F – річний фонд часу роботи устаткування;

m – середньорічна кількість фізичних одиниць устаткування;

T_{pi} – трудомісткість виготовлення одиниці i -ї продукції (переробки сировини, надання послуги) в годинах.

7. Розраховується також технологічна потужність інших виробничих ланок підприємства (поряд з провідними цехами чи дільницями). Такі розрахунки необхідні для виявлення невідповідності між потенційними можливостями з випуску продукції (наданням послуг) окремих виробничих підрозділів і забезпечення узгодженої технологічної пропорційності між взаємозв'язаними виробничими ланками.

8. Визначення виробничої потужності підприємства завершується складанням балансу, який відображає зміну виробничої потужності протягом розрахункового періоду і характеризує вихідну потужність ($N_{вих}$). Для цього використовується формула

$$N_{\text{вих}} = N_{\text{вх}} + N_{\text{от.з}} + N_p \pm N_{\text{н.а}} - N_{\text{в}}, \quad (3)$$

де $N_{\text{вх}}$ – вхідна потужність підприємства;

$N_{\text{от.з}}$ – збільшення потужності протягом розрахункового періоду внаслідок здійснення поточних організаційно–технічних заходів;

N_p – нарощування виробничої потужності завдяки реконструкції або розширенню підприємства;

$N_{\text{н.а}}$ – збільшення (+) або зменшення (–) виробничої потужності, спричинене змінами в номенклатурі та асортименті продукції, що виготовляється;

$N_{\text{в}}$ – зменшення виробничої потужності внаслідок її вибуття, тобто виведення з експлуатації певної кількості фізично спрацьованого та технічно застарілого устаткування.

9. Встановлення і регулювання резервної виробничої потужності підприємства здійснюється за допомогою розрахунків необхідної кількості резервних агрегатів (груп устаткування) та обґрунтування розмірів експериментально-дослідних виробництв. Зазвичай величина резервних потужностей для покриття пікових навантажень не перевищує 10 – 15%, а для підготовки та освоєння нових виробів – 3– 5% загальної потужності. При цьому необхідно враховувати, що резерв виробничої потужності передбачається для підприємств, які досягли рівня використання поточної потужності не нижче 95% і випускають 25% нової продукції.

10. Трудомісткість розрахунків виробничої потужності.

Тема 7. Персонал підприємства. Продуктивність праці. (Лекційні заняття – 2 години)

Лекція 13. Персонал підприємства. Продуктивність праці

План лекції

1. Поняття персоналу, його класифікація
2. Характеристика персоналу підприємства за професійно-кваліфікаційною ознакою
3. Визначення необхідної чисельності персоналу на підприємстві
4. Показники руху персоналу на підприємстві
5. Продуктивність праці

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник*/ за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ, 2009. 816 с.

2. *Економіка підприємства : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти* / Н. Ю. Рекова, Є. О. Підгора, В. В.Ровенська, В. С. Рижиков, О. В. Латишева, І. Ю. Єрфорт, Т. П. Гітис, І. І. Смирнова, С. В. Касьянюк. Краматорськ : ДДМА, 2021. 248 с. URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20\(2\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20(2).pdf).

1 Поняття персоналу, його класифікація

В економічній літературі, статистичному обліку, державному регулюванні економіки, практичній діяльності суб'єктів господарювання для означення людських ресурсів широко використовуються терміни (категорії): трудові ресурси, економічно активне населення, трудовий колектив, трудовий потенціал, кадри, персонал [5].

Здійснення ефективної кадрової політики суб'єктами господарювання потребує правильного розуміння та однозначного наукового трактування названих категорій.

Трудові ресурси – це частина населення працездатного віку, яка має необхідні фізичні можливості, володіє знаннями і практичним досвідом для виконання роботи певного виду у національній економіці. До трудових ресурсів відносять як фактично зайнятих, так і потенційних працівників, а також пенсіонерів і підлітків, які працюють. Нині в Україні працездатним віком вважається вік від 16 до 59 років включно.

Трудові ресурси – це частина населення певного регіону, яка має необхідний рівень професійної підготовки і знаходиться у працездатному віці.

Трудові ресурси – це сукупність осіб працездатного віку, а також підлітки, пенсіонери, які працюють.

Економічно активне населення – це та реальна частина трудових ресурсів, яка добровільно працює або бажає працювати.

Трудовий колектив – це сукупність працівників підприємства, організацій, підприємств, об'єднаних загальною метою досягнення певних кінцевих результатів своєї спільної діяльності. Цей термін має соціально-політичний відтінок.

Трудовий потенціал – це інтегрована оцінка кількісних і якісних характеристик економічно активного населення, яка означає його приховані можливості. Трудовий потенціал складається з багатьох компонентів, головними з яких є здоров'я, освіта, професіоналізм, моральність, вмотивованість, уміння працювати в колективі, творчий потенціал, активність, організованість тощо [5].

Кадри – сукупність частини працівників певного рівня знань, професій, компетенцій та кваліфікації, які мають значний стаж роботи на цьому підприємстві.

Персонал підприємства – це наймані працівники, тобто особи, які уклали трудовий договір (контракт) з роботодавцем. До складу персоналу входять також власники або співвласники підприємства, якщо вони беруть участь у діяльності організації своєю особистою працею й одержують заробітну плату, а також частину доходів, яка їм належить.

Персонал підприємства – це сукупність постійних працівників, які мають необхідну професійну підготовку і певний досвід практичної

діяльності для виконання виробничих процесів підприємства та входять в обліковий (штатний) склад підприємства.

У діяльності підприємства крім постійних працівників, можуть брати участь тимчасові працівники.

Персонал підприємства є об'єктом управління, продуктивною силою, основною складовою кожного виробничого процесу. У зв'язку з цим перевагу слід віддавати терміну «персонал» як більш узагальнювальному та універсальному [5].

Усі працівники підприємства діляться на дві групи.

1. Промислово-виробничий персонал (ПВП) – це працівники, безпосередньо зайняті у процесі виробництва або у його обслуговуванні.

До промислово-виробничого персоналу відносять працівники основних, допоміжних і обслуговувальних виробництв, науково-дослідних підрозділів та лабораторій, заводоуправління, складів, охорони.

2. Непромисловий персонал – персонал невиробничої сфери, що знаходиться на балансі підприємства (житлово-комунальне господарство, ресторанне господарство, гуртожиток, торговельна мережа, бібліотека, дитячі дошкільні установи, амбулаторії, санаторії).

Згідно з характером функцій, що виконуються, промислово-виробничий персонал поділяється на категорії.

Категорії персоналу встановлює чинний Державний класифікатор професій згідно з яким ПВП ділиться на 5 категорій:

- робітники;
- керівники;
- професіонали;
- спеціалісти;
- технічні службовці.

1. Робітники – це персонал, безпосередньо зайнятий виробництвом продукції, ремонтом, переміщенням вантажів, спостереженням за роботою промислових агрегатів, налаштуванням і обслуговуванням устаткування.

В залежності від характеру участі у виробничому процесі робітники в свою чергу діляться на *основних* (виготовляють продукцію) і *допоміжних* (обслуговують технологічний процес).

У свою чергу основні робітники діляться на наступні групи:

- кваліфіковані робітники з інструментом (верстатники);
- оператори та складальники машин й устаткування (оператори верстатів з ЧПУ, слюсарі-збиральники);
- робітники найпростіших професій (підручні, робітники нижчої кваліфікації).

2. Керівники – це працівники з високою професійною підготовкою, безпосередньо зайняті управлінням виробничими процесами і підлеглими працівниками. Займають посади керівників підприємства та його структурних підрозділів.

Виділяють декілька рівнів керівників.

Перший рівень – генеральний директор та його заступники, головний бухгалтер, головний інженер.

Другий рівень – директора або керівники виробництв, філій, заступники головного інженера, заступник головного бухгалтера, керівники управлінь (комерційного, планово-економічного, кадрового, організації праці та заробітної плати).

Третій рівень – начальники цехів, відділів, бюро, лабораторій, майстри цехів.

3. Професіонали – це працівники, професійні завдання яких полягають у збільшенні існуючого обсягу знань: розробка нових науково-прикладних теорій, методик, конструкторських проектів, технологій, програмних продуктів.

До таких працівників відносяться провідні фахівці інженерних, фінансових, економічних, комерційних та інших підрозділів підприємств, які виконують самостійні проекти і можуть керувати при цьому певною групою фахівців.

4. Спеціалісти – це працівники, які виконують спеціальні інженерно-технічні, економічні та інші роботи, пов'язані з використанням відомих теорій, методик, нормативів, пакетів програм. До них відносяться інженери, економісти, бухгалтери, нормувальники, адміністратори, юрисконсультанти, соціологи та ін.

5. Технічні службовці – це працівники, що здійснюють підготовки та оформлення документації, облік та контроль, господарське обслуговування, тобто виконують суто технічну роботу. Це діловоди, обліковці, агенти, креслярі, секретарі.

2 Характеристика персоналу підприємства за професійно-кваліфікаційною ознакою

Персонал підприємства ділиться за професіями, спеціальностями та рівнем кваліфікації.

Професія – це вид трудової діяльності, здійснення якої потребує певних теоретичних знань і практичних навичок.

Професія – це здатність виконувати роботи, що вимагають від працівника певної кваліфікації.

Професія – це широкий і місткий вид трудової діяльності, що потребує наявності певної сукупності теоретичних знань і практичних навичок, які набуваються під час отримання спеціальної освіти та з досвідом роботи (токарь, слюсар, бухгалтер, економіст).

Поява нових професій – це результат поділу праці або його інтеграція, які відбуваються під впливом розвитку науки, технічного прогресу і культури.

Розширення і поглиблення цих процесів породжують вузькі прояви професій – спеціальності.

Спеціальність – це відносно вузький вид трудової діяльності в рамках певної професії, який вимагає специфічних (вузьких) знань і практичного досвіду з конкретного виду роботи.

Наприклад, професія слюсаря може поділятися за спеціальностями: слюсар-ремонтник, слюсар-інструментальник, слюсар-складальник. Професія токар: токар-карусельник, токар-розточувальник. Професія економіст: економіст-плановик, економіст з праці і заробітної плати.

Тобто відмінність спеціальності від професії полягає в тому, що спеціальність фіксує одну зі сторін професії.

Ступінь якості професійної підготовки працівника тієї чи іншої професії визначається **кваліфікацією**.

Кваліфікація – це ступінь оволодіння працівником тієї чи іншої професії або спеціальності.

Кваліфікація – це сукупність спеціальних знань і практичних навичок, які визначають ступінь підготовленості працівника до виконання професійних функцій (завдань) певної складності.

Кваліфікація робітників вимірюється розрядами, які їм присвоюються в залежності від досягнутого рівня виконавських можливостей і вмінь.

У машинобудуванні та металообробці встановлено 6 розрядів, найнижчий – 1 розряд, 6 – найвищий розряд.

Сукупність вимог, яким повинен задовольняти робочий певної професії та кваліфікації міститься в нормативному документі, який називається **тарифно-кваліфікаційний довідник**.

Кваліфікація керівників, професіоналів, спеціалістів, технічних службовців залежить від характеру та рівня спеціальної підготовки, рівня освіти та від практичного досвіду роботи. Вони займають відповідну посаду в штатному розкладі.

Штатний розклад – це внутрішній нормативний документ підприємства, у якому визначається перелік посад даного підприємства, чисельність працівників за кожною посадою і розмір їх посадового окладу.

Всі працівники, які своєю працею беруть участь у господарській діяльності підприємства на основі трудового договору (контракту, угоди) складають його **трудовий колектив**.

Працівники підприємства за відношенням до власності підприємства діляться на власників та найманих працівників.

Власник – це працівник, який бере участь у господарській діяльності підприємства власною працею, власним майном (активами) та природними ресурсами (землею).

Найманий працівник – це працівник, який бере участь у господарській діяльності підприємства тільки власною працею.

Крім того, в господарської діяльності підприємства можуть брати участь сумісники, а також працівники, які виконують роботи підприємства від імені інших суб'єктів господарювання.

Сумісник – це працівник підприємства (власник, найманий працівник), який має місце основної роботи на іншому підприємстві.

Сумісництвом вважається виконання працівником, крім своєї основної, іншої регулярно оплачуваної роботи на умовах трудового договору у вільний від основної роботи час на тому ж або іншому підприємстві, установі або у підприємця, приватної особи за наймам.

3 Визначення необхідної чисельності персоналу на підприємстві

Кількісна характеристика трудових ресурсів (персоналу) підприємства в першу чергу виміряється такими показниками:

- облікова чисельність працівників;
- явочна чисельність;
- середньооблікова чисельність;
- середня кількість усіх працівників в еквіваленті повної зайнятості.

1. Облікова чисельність працівників – це чисельність усіх працівників підприємства, які прийняті на постійну, сезонну або тимчасову роботу за договором найму або контрактом.

$$Ч_{об} = Ч_{яв} \cdot K_{об}, \quad (1)$$

де $Ч_{яв}$ – явочна чисельність працівників, ос.;

$K_{об}$ – коефіцієнт облікового складу – коефіцієнт переведення явочної чисельності в облікову:

$$K_{об} = \frac{F_n}{F_e} = \frac{100}{100-f}, \quad (2)$$

де F_n – номінальний фонд робочого часу (не враховує втрати робочого часу), год;

F_e – ефективний фонд робочого часу (з урахуванням втрат робочого часу: відпустки, лікарняні, прогули, інші втрати), год;

f – відсоток невиходів на роботу.

2. Явочна чисельність – це необхідна чисельність працівників для виконання виробничого завдання.

Явочна чисельність – це кількість працівників облікового складу, які з'явилися на роботу в даний день з урахуванням працівників, які перебувають у відрядженні.

3. Середньооблікова чисельність працівників у середньому за певний період (квартал, місяць, рік). Визначається як середня величина

шляхом підсумовування облікової чисельності за кожен день звітного періоду з урахуванням вихідних і святкових днів, розділена на число днів у звітному періоді (місяць – 30, 31 день; рік – 365, 366 днів).

Різниця між середньооблікової і явочною чисельністю характеризує кількість працівників облікового складу, які не з'явилися на роботу у зв'язку з відпустками, хворобою, порушенням дисципліни.

Для оцінки зайнятості на мікрорівні (підприємство) використовується показник загальної кількості працівників, який крім штатних працівників, включає кількість зовнішніх сумісників і працюючих за цивільно-правовими договорами.

4. Визначення середньої кількості усіх працівників в еквіваленті повної зайнятості базується на перерахунку оплаченого робочого часу усього персоналу (штатні працівники, сумісники, працюючі за договорами), які залучалися до роботи у звітному періоді та отримували відповідну заробітну плату, в умовну кількість працівників, яких було б досить підприємству для виконання фактичного обсягу роботи за умови роботи всіх працівників упродовж повного робочого дня, виходячи зі встановленої тривалості робочого дня.

Для розрахунку середньої кількості всіх працівників в еквіваленті повної зайнятості підсумовуються всі години по всім співробітникам і діляться на норму годин в місяці згідно з графіком роботи підприємства або згідно встановленої кількості годин на місяць при 40-годинному робочому тижні.

Загальна чисельність промислово-виробничого персоналу визначається двома методами.

1. Метод розрахунку чисельності на основі повної трудомісткості виготовлення продукції.

$$Ч_{об} = \frac{T_{пов}}{F_e \cdot K_{в.н}} \quad (3)$$

Чисельність робітників, зайнятих на нормованих роботах:

$$Ч_{об} = \frac{\sum N_i \cdot T_{pi}}{F_e \cdot K_{в.н.}} \quad (4)$$

$$Ч_{яв} = \frac{\sum N_i \cdot T_{pi}}{F_n \cdot K_{в.н.}} \quad (5)$$

де $T_{пов} = \sum N_i \cdot T_{pi}$ – повна трудомісткість виробничої програми розрахункового року, що включає технологічну трудомісткість, трудомісткість обслуговування та управління виробництвом, нормо-год. (год.);

N_i – обсяг випуску продукції і-го виду в натуральному вираженні, шт.;

T_{pi} – трудомісткість виготовлення одиниці продукції і-го виду, нормо-год (год);

F_e – ефективний фонд часу роботи одного робітника (з урахуванням втрат робочого часу), год;

F_n – номінальний фонд часу роботи одного робітника (не враховує втрати робочого часу), год;

$K_{в.н}$ – коефіцієнт виконання норм.

Фонд робочого часу може бути номінальним або фактичним:

$$F_n = (F_k - (B + C)) \cdot T_{зм} = D \cdot T_{зм}, \quad (6)$$

де F_k – календарний фонд (число днів за календарем), дні;

B, C – число вихідних і святкових днів, дні;

$T_{зм}$ – тривалість робочого дня (зміни), год.;

D – кількість робочих днів у році, дні.

У деяких випадках, коли відсутні дані для розрахунку номінального фонду робочого часу його приймають рівним: 52 робочі тижні \times 5 робочих днів в тиждень \times 8 годин робочого дня = 2080 годин.

$$F_{еф} = F_n - \bar{B} - H, \quad (7)$$

де B – середня тривалість відпусток, у тому числі тарифні, додаткові, по навчанню, без оплати, год.;

H – інші невиходи на роботу з поважних причин (хвороби, у зв'язку з виконанням державних обов'язків, прогули), це цілоденні простої, год.

Можуть мати місце і внутрішньозмінні простої, у тому числі й внутрішньозмінні перерви.

$$\bar{B} = (\alpha_1 \cdot B_1 + \alpha_2 \cdot B_2) \cdot T_{зм}, \quad (8)$$

де α_1, α_2 – частка робітників, які мають відпустку певної тривалості;

B_1, B_2 – тривалість відпусток, дн.

2. Метод розрахунку чисельності на основі продуктивності (виробітку)

$$Ч_{об} = \frac{O}{ППР^{рік}(B^{рік})}, \quad (9)$$

де O – обсяг випуску продукції у вартісному вираженні, грн;

$ППР^{рік}(B^{рік})$ – річна продуктивність праці одного працівника (середньорічний виробіток одного працівника), грн/ос.

4 Показники руху персоналу на підприємстві

Оборот персоналу – це постійне оновлення працівників підприємства, звільнення і прийом на роботу з різних об'єктивних та суб'єктивних мотивів.

Показники руху персоналу на підприємстві.

1. Коефіцієнт обороту кадрів за прийомом характеризує частку прийнятих працівників за певний період:

$$K_{об}^{прийом} = \frac{Ч_п}{Ч_{об}} \quad (10)$$

де $Ч_п$ – чисельність прийнятого на роботу персоналу за певний період, ос.;

$Ч_{об}$ – середньооблікова чисельність працівників за певний період, ос.

2. Коефіцієнт обороту кадрів за вибуттям характеризує частку звільнених працівників за певний період:

$$K_{об}^{звіль} = \frac{Ч_{звіль}}{Ч_{об}}, \quad (11)$$

де $Ч_{звіль}$ – чисельність звільненого персоналу за певний період з різних причин, ос.

3. Коефіцієнт плинності кадрів:

$$K_{пл} = \frac{\text{Число зв. за вл.бажан.та за поруш.труд.дисц.}}{Ч_{об}}. \quad (12)$$

Число зв. за вл.бажан. та за поруш.труд.дисц. – число працівників, що звільнені за власним бажанням, та за порушення трудової дисципліни або з інших причин, не пов'язаних з виробництвом.

У чисельнику формули не враховуються випадки звільнення у зв'язку з державною необхідністю (призов до армії) та у зв'язку з невідповідністю працівника посаді, яку він займає.

4. Загальний коефіцієнт обороту кадрів характеризує частку працівників, які перебувають в обороті за певний період:

$$K_{об}^{заг} = \frac{Ч_п + Ч_{звіль}}{Ч_{об}}. \quad (13)$$

5. Коефіцієнт сталості кадрів – характеризує частку працівників, що працювали на підприємстві весь аналізований період:

$$K_{стал} = 1 - K_{об}^{заг}. \quad (14)$$

5 Продуктивність праці

Ефективність використання персоналу підприємства характеризується поняттям «продуктивність праці».

Продуктивність праці – це її ефективність, результативність.

Під **продуктивністю праці** як економічної категорії розуміють ефективність (плідність) трудових витрат, здатність конкретної праці створити за одиницю часу певну кількість матеріальних благ.

Для вимірювання продуктивності праці використовується два показники: виробіток і трудомісткість.

Прямим показником продуктивності праці є виробіток, зворотним показником – трудомісткість.

Виробіток – це показник рівня продуктивності праці, який характеризує кількість продукції або обсяг продукції у вартісному вираженні, що виготовлена в одиницю робочого часу, або що припадає на одного середньооблікового працівника.

$$V^{річ} = \frac{O}{T_{зм}} = \frac{O}{\chi_{об}} \left[\frac{\text{шт}}{\text{год}} \right] \left[\frac{\text{грн.}}{\text{ос.}} \right], \quad (15)$$

де O – обсяг випуску продукції в натуральному або вартісному вираженні, шт., грн.;

$T_{зм}$ – тривалість робочої зміни (робочого дня), год.

Розрізняють три види виробітку.

– середньорічний виробіток на одного робітника:

$$V^{річ} = \frac{O}{\chi_{об}} ; \quad (16)$$

– середньоденний виробіток на одного робітника:

$$V^{дн} = \frac{O}{\text{Люд.}-\text{дн.}} = \frac{O}{\chi_{об} \cdot D}, \quad (17)$$

де Люд.–дн. – загальна кількість людино-днів, відпрацьованих усіма робітниками за рік;

D – кількість робочих днів у році, дн.

– середньогодинний виробіток на одного робітника:

$$V^{год} = \frac{O}{\text{Люд.}-\text{год.}} = \frac{O}{\chi_{об} \cdot D \cdot T_{зм}}, \quad (18)$$

де Люд.–год. – загальна кількість людино-годин, відпрацьованих усіма робітниками за рік;

$T_{зм}$ – тривалість робочої зміни (робочого дня).

Трудомісткість продукції – це сума усіх витрат робочого часу на виробництво одиниці продукції.

$$T_p = \frac{T_{зм}}{0} = \frac{1}{Вр^{іч}(ППр^{іч})}. \quad (19)$$

Показники продуктивності праці (виробітку) і трудомісткості продукції – пов'язані між собою обернено пропорційною залежністю, тобто чим менше трудомісткість, тим вище виробіток.

Вимірюватися продуктивність праці (виробіток) можливо в натуральних, вартісних і трудових показниках.

Натуральні показники вимірювання продуктивності найбільш точно відображають динаміку продуктивності праці, однак можуть застосовуватись тільки на підприємствах, що випускають однорідну продукцію. Застосування так званих умовно-натуральних вимірювачів (наприклад, умовна консервна банка) дозволяє розширити можливості застосування цих показників.

Трудові показники потребують добре налагодженої роботи з технічного нормування та обліку праці. Переважно їх використовують на робочих місцях, ділянках, цехах, що випускають різнорідну продукцію і при наявності значних обсягів незавершеного виробництва, яке не можна виміряти в натуральних або вартісних одиницях.

Найуніверсальнішими, а тому й найпоширенішими, є вартісні показники виробітку. Вони можуть застосовуватися для визначення рівня та динаміки продуктивності праці на підприємствах з різноманітною продукцією, що випускається, і послугами, що надаються [5].

Для забезпечення точності вимірювання продуктивності праці (особливо її динаміки) за вартісними показниками слід враховувати вплив на її рівень, перш за все цінового фактору.

ТЕСТИ

Рівень продуктивності праці характеризується:

1. фондівдачею;
2. виробітком на одного працюючого;
3. фондоозброєністю праці;
4. фондомісткістю;

Різниця між обліковою та явочною чисельністю характеризує:

1. резерв персоналу, який повинен використовуватися для заміни тих, хто не з'явився на роботу з поважних причин;
2. плинність персоналу;
3. структуру персоналу;
4. кількість персоналу, звільненого з поважних причин у звітному періоді;

Чисельність працівників, яка включає всіх постійних, тимчасових і сезонних працівників, прийнятих на роботу на термін один і більше днів незалежно від того, знаходяться вони на роботі, у відпустці, звільнені від праці через хворобу, називається:

1. явочною чисельністю;
2. середньообліковою чисельністю;
3. обліковою чисельністю;

Яку групу складають інженери, бухгалтери, економісти, юрисконсульти, тобто персонал, зайнятий інженерно-технічними, економічними та іншими роботами:

1. спеціалісти;
2. керівники;
3. технічні службовці;

Хто з перелічених працівників не належить до керівників:

1. комерційний директор підприємства;
2. начальник відділу технічного контролю;
3. товарознавець відділу постачання;
4. головний технолог;

Який з показників є вартісним показником продуктивності праці:

1. вартість випущеної продукції, яка припадає на одного середньооблікового робітника;
2. кількість випущеної продукції, яка припадає на одного допоміжного робітника;
3. витрати часу на виробництво одиниці продукції;
4. вартість випущеної продукції, яка припадає на одиницю устаткування;
5. вартість матеріалів, яка припадає на одного працюючого;

Рівень кваліфікації робітників характеризується за:

1. категоріями;
2. ступенями;
3. посадами;
4. розрядами;

Ступінь оволодіння робочим тією чи іншою професією або спеціальністю – це:

1. кваліфікація;
2. професія;
3. спеціальність;

Персонал підприємства – це:

1. постійні працівники, які отримали необхідну професійну підготовку та (або) мають практичний досвід і навички роботи;
2. працівники, які мають значний стаж роботи на підприємстві;

3. працівники, які мають високий рівень кваліфікації;

До кого відносяться працівники, які займають посади керівників підприємства та його структурних підрозділів: наприклад, генеральні директори, їх заступники, головні фахівці (головний інженер, головний економіст, головний бухгалтер та ін.):

1. спеціалісти;
2. керівники;
3. технічні службовці;

Які із зазначених категорій працівників не відносяться до виробничого персоналу:

1. робітники інструментального цеху;
2. робітники транспортного цеху;
3. працівники дитячого садку і бази відпочинку;
4. працівники складу заводу;

До категорії «технічні службовці» відносяться працівники, які:

1. здійснюють підготовку та оформлення документації, облік і контроль, господарське обслуговування;
2. займаються інженерно-технічними, економічними та іншими роботами;
3. зайняті безпосередньо в процесі виробництва і надання матеріальних благ;
4. займають посади керівників структурних підрозділів підприємства;

Чим відрізняється професія від спеціальності:

1. немає відмінностей;
2. професія фіксує одну зі сторін спеціальності;
3. спеціальність фіксує одну зі сторін професії;

Співвідношення кількості прийнятих працівників і середньооблікової їх чисельності характеризує коефіцієнт ... персоналу:

1. плинності;
2. вибуття;
3. прийому;
4. сталості;

Якими показниками визначається продуктивність праці:

1. виробітком;
2. трудомісткістю;
3. фондоозброєністю праці;
4. нормою чисельності;

Яке з понять характеризує виробіток:

1. кількість продукції, що випущена у середньому на одному верстаті;
2. номенклатура продукції, яка випускається;

3. вартість випущеної продукції, яка припадає на одного середньооблікового працівника промислово-виробничого персоналу (робітника);
4. час на виробництво запланованого обсягу продукції;

Трудомісткість продукції – це:

1. витрати робочого часу на виробництво одиниці продукції;
2. чисельність працівників, яка припадає на одиницю продукції;
3. зворотний показник виробітку;

Під трудовими ресурсами слід розуміти:

1. населення працездатного віку, яке має необхідні фізичні можливості, володіє знаннями і практичним досвідом для виконання роботи певного виду в національній економіці;
2. все населення регіону;
3. кваліфіковані фахівці, що працюють і прагнуть працювати на підприємствах в національній економіці;

До якої категорії персоналу підприємства слід віднести економіста:

1. керівники;
2. професіонали;
3. спеціалісти;
4. технічні службовці;

До основних робочих відноситься:

1. токар механічного цеху;
2. наладчик карусельних верстатів;
3. працівник відділу технічного контролю;

Кваліфікація – це:

1. сукупність спеціальних знань і практичних навичок, які визначають ступінь підготовленості працівника до виконання професійних функцій певної складності;
2. вид трудової діяльності, здійснення якої потребує відповідних спеціальних знань;
3. вид трудової діяльності, здійснення якої потребує практичних навичок;
4. більш вузький різновид трудової діяльності в межах професії;

Методами вимірювання продуктивності праці, які використовуються на підприємствах, є:

1. продуктивний, непродуктивний;
2. грошовий, виробничий, товарний;
3. натуральний, вартісний, трудовий;
4. основний, допоміжний;

Який з показників є трудовим показником продуктивності праці:

1. трудомісткість;
2. верстатозмінність;
3. матеріаломісткість;
4. фондомісткість;

Якщо виробіток на одного працівника підприємства підвищиться, то трудомісткість:

1. знизиться;
2. теж підвищиться;
3. залишиться незмінною;
4. все залежить від особливостей конкретного підприємства;

Якщо випуск продукції збільшиться, а кількість працівників підприємства залишається незмінним, то продуктивність праці:

1. знижується;
2. залишається без змін;
3. між наведеними показниками не існує прямого зв'язку;
4. зростає;

Для визначення чисельності працівників, зайнятих на роботах, які нормуються, не потрібно знати:

1. коефіцієнт плинності кадрів;
2. годинну норму виробітку одного працівника;
3. дійсний фонд робочого часу одного середньооблікового працівника;
4. середній коефіцієнт виконання норм на підприємстві;
5. сумарну трудомісткість виробничої програми;

Персоналом підприємства називається:

1. сукупність постійних працівників, які мають необхідну професійну підготовку та (або) досвід практичної діяльності;
2. частину працездатного населення, що за своїми віковими, фізичними, освітніми даними відповідає тій чи іншій сфері діяльності;
3. частина працездатного населення, залучена до виконання робіт на підприємстві за цивільно-правовими договорами (договорами підряду);
4. сукупність працівників, які фактично з'явилися на роботу в певному звітному періоді;

Не належать до промислово-виробничого персоналу підприємства працівники:

1. житлово-комунального господарства;
2. дитячих дошкільних установ.
3. основних і допоміжних виробництв;
4. науково-дослідних лабораторій;
5. обслуговуючих господарств;

Професійні завдання, які полягають у виконанні спеціальних робіт, пов'язаних із застосуванням положень та використанням методів відповідних наук, виконують:

1. керівники;
2. технічні службовці;
3. робітники;
4. спеціалісти;

До показників руху персоналу не відноситься коефіцієнт:

1. прийому;
2. вибуття;
3. зносу;
4. плинності;

Коефіцієнт сталості персоналу підприємства обчислюється як частка в середньообліковій чисельності персоналу:

1. який знаходився в обліковому складі весь розрахунковий період;
2. прийнятого на роботу;
3. звільненого з роботи;
4. звільненого за порушення трудової дисципліни, невідповідність посаді, що займає працівник, а також за власним бажанням;

Для визначення чисельності основних робітників не застосовується розрахунок за:

1. робочими місцями;
2. трудомісткості робіт;
3. нормами виробітку;

Показниками продуктивності праці є:

1. трудомісткість;
2. виробіток;
3. матеріаломісткість;
4. фондоозброєність;
5. розцінка;

ЗАДАЧІ

Задача 1.

Розрахувати середньооблікову чисельність персоналу на підставі наступних вихідних даних: обсяг випуску продукції по дільниці цеху 2 000 шт., трудомісткість виробництва одиниці продукції 28 нормо-годин,

середня кількість робочих днів, що припадає на одного робітника на рік, – 224 робочих днів, тривалість робочого дня 8 год.

Розв'язання

Визначення середньооблікової чисельності робітників:

$$\text{Ч}_{\text{ср.об}} = \frac{\sum N_i \cdot T_{pi}}{F_{\text{еф}} \cdot K_{\text{в.н}}}$$

де N_i – обсяг випуску продукції i -го виду у натуральному вираженні, шт.;
 T_{pi} – трудомісткість виготовлення одиниці продукції i -го виду, нормо-годин (годин);

$F_{\text{еф}}$ – ефективний фонд часу роботи одного робітника (з урахуванням втрат робочого часу), год.;

$K_{\text{в.н}}$ – коефіцієнт виконання норм.

$$\text{Рср. об} = \frac{2\,000 \cdot 28}{224 \cdot 8} = 31,2 \approx 32 \text{ особи}$$

Задача 2.

Розрахувати середньооблікову чисельність робітників цеху на підставі наступних вихідних даних: обсяг випуску продукції 1 600 шт., трудомісткість виробництва одиниці продукції за токарними роботами 20 нормо-годин, за фрезерними 25 нормо-годин. Ефективний фонд робочого часу 1 робітника – 1 815 год.

Розв'язання

Визначення середньооблікової чисельності робітників:

$$\text{Ч}_{\text{ср.об}} = \frac{\sum N_i \cdot T_{pi}}{F_{\text{еф}} \cdot K_{\text{в.н}}}$$

де N_i – обсяг випуску продукції i -го виду у натуральному вираженні, шт.;
 T_{pi} – трудомісткість виготовлення одиниці продукції i -го виду, нормо-годин (годин);

$F_{\text{еф}}$ – ефективний фонд часу роботи одного робітника (з урахуванням втрат робочого часу), год.;

$K_{\text{в.н}}$ – коефіцієнт виконання норм.

$$\text{Чср. об} = \frac{1\,600 \cdot 20}{1\,815} + \frac{1\,600 \cdot 25}{1\,815} = 17,6 + 22 = 18 + 22 = 40 \text{ осіб}$$

Задача 3.

Середня кількість робочих днів на рік – 221 день, середня тривалість робочого дня – 8 годин. Трудомісткість виробничої програми 910 т. нормо–годин. Визначити чисельність робітників.

Розв'язання

Визначення середньооблікової чисельності робітників:

$$P_{\text{ср.об}} = \frac{T_{\text{пов}}}{F_{\text{еф}} \cdot K_{\text{в.н}}}$$

де $T_{\text{пов}} = \sum N_i \cdot T_{pi}$ – повна трудомісткість виробничої програми, нормо–год.;

$F_{\text{еф}}$ – ефективний фонд часу роботи одного робітника (з урахуванням втрат робочого часу), год.;

$K_{\text{в.н}}$ – коефіцієнт виконання норм.

$$Ч_{\text{ср. об}} = \frac{910\,000}{221 \cdot 8} = 514,7 \approx 515 \text{ осіб}$$

Задача 4.

Виріток одного робітника у базовому році по підприємству склав 342 т.грн. На плановий рік валова продукція передбачається в сумі 197,04 млн. грн., чисельність промислово-виробничого персоналу – 530 осіб. Визначити планове зростання продуктивності праці у % в порівнянні з базовим періодом.

Розв'язання

1. Визначення середньорічного виробітку (продуктивності праці) у плановому році:

$$V^{\text{річ}} = \text{ПП} = \frac{O}{Ч_{\text{ср.об}}}$$

де O – обсяг випуску продукції у вартісному вираженні, грн.;

$Ч_{\text{ср.об}}$ – середньооблікова чисельність персоналу, ос.

$$\text{ПП}_{\text{пл}} = \frac{197040}{530} = 371,77 \frac{\text{т. грн.}}{\text{ос.}}$$

2. Відсоток зростання продуктивності праці:

$$\text{Зростання ПП} = \frac{\text{ПП}_{\text{пл}}}{\text{ПП}_{\text{б}}} \cdot 100\% = \frac{371,77}{342} \cdot 100 = 108,7 \%$$

Продуктивність праці по підприємству зросла на 8,7 % (108,7–100=8,7 %).

Задача 5.

Річний обсяг виробництва по підприємству – 9 000 т.грн., число працівників – 30 ос. Визначити продуктивність праці 1 працівника.

Розв'язання

Визначення середньорічної продуктивності праці по підприємству:

$$\text{ПП} = \frac{O}{\text{Ч}_{\text{ср.об}}}$$

де O – обсяг випуску продукції у вартісному вираженні, грн.;

$\text{Ч}_{\text{ср.об}}$ – середньооблікова чисельність персоналу, ос..

$$\text{ПП} = \frac{9\,000}{30} = 300 \frac{\text{т. грн.}}{\text{ос.}}$$

Задача 6.

За звітний період обсяг валової продукції по підприємству склав 12 300 т.грн., чисельність працівників – 61 ос. У плановому році продуктивність праці має зрости на 6,5%. Визначити продуктивність праці в плановому році.

Розв'язання

Визначення середньорічної продуктивності праці по підприємству:

$$\text{ПП} = \frac{O}{\text{Ч}_{\text{ср.об}}}$$

де O – обсяг випуску продукції у вартісному вираженні, грн.;

$\text{Ч}_{\text{ср.об}}$ – середньооблікова чисельність персоналу, ос..

$$\text{ППзв} = \frac{12\,300}{61} = 201,64 \frac{\text{т. грн.}}{\text{ос.}}$$

2. Визначення продуктивності праці в плановому році.

$$\text{ППпл} = 201,64 \cdot 1,065 = 214,75 \frac{\text{т.грн.}}{\text{ос.}}$$

Задача 7.

Визначити планову чисельність робітників підприємства, якщо число робочих днів у році – 220, тривалість робочої зміни – 8 годин, плановий

коефіцієнт виконання норм – 1,22. Подальша інформація для розрахунків наведені в таблиці.

Таблиця – Вихідні дані для розрахунків

Вид продукції	Кількість виготовленої продукції за планом, шт.	Трудомісткість виробу, год.
Виріб А	820	65
Виріб Б	450	300
Виріб В	2 000	120

Розв'язання

Визначення середньооблікової чисельності робітників:

$$Ч_{\text{ср.об}} = \frac{\sum N_i \cdot T_{pi}}{F_{\text{еф}} \cdot K_{\text{в.н}}}$$

де N_i – обсяг випуску продукції і-го виду у натуральному вираженні, шт.;
 T_{pi} – трудомісткість виготовлення одиниці продукції і-го виду, нормо-годин (годин);

$F_{\text{еф}}$ – ефективний фонд часу роботи одного робітника (з урахуванням втрат робочого часу), год.;

$K_{\text{в.н}}$ – коефіцієнт виконання норм.

$$F_{\text{еф}} = 220 \cdot 8 = 1760 \text{ год.}$$

$$Ч_{\text{ср. об}} = \frac{820 \cdot 65 + 450 \cdot 300 + 2000 \cdot 120}{1760 \cdot 1,22} = 199,5 \approx 200 \text{ ос.}$$

Задача 8.

На протязі кварталу на виробничій дільниці цеху слід виробити 620 виробів. Нормований час на обробку одного виробу:

– за токарними роботами – 8,2 год.;

– за фрезерними роботами – 7,1 год.

Виробіток норм, що заплановано по дільниці:

– по токарним роботам – 110%;

– по фрезерним роботам – 115%.

Номінальний фонд робочого часу робітника за квартал становить 502 години, втрати робочого часу – 10%. Визначити явочну й облікову чисельність робітників.

Розв'язання

Явочна й середньооблікова чисельність робітників визначається за формулами:

$$Ч_{\text{яв}} = \frac{\sum N_i \cdot T_{pi}}{F_H \cdot K_{B,H}}$$

$$Ч_{\text{об}} = \frac{\sum N_i \cdot T_{pi}}{F_{\text{еф}} \cdot K_{B,H}}$$

де N_i – обсяг випуску продукції і-го виду у натуральному вираженні, шт.;
 T_{pi} – трудомісткість виготовлення одиниці продукції і-го виду, нормо-годин (годин);

F_H – номінальний фонд часу роботи одного робітника (не враховує втрат робочого часу), год.;

$F_{\text{еф}}$ – ефективний фонд часу роботи одного робітника (з урахуванням втрат робочого часу), год.;

$K_{B,H}$ – коефіцієнт виконання норм.

$$F_{\text{еф}} = 502 \cdot 0,9 = 451,8 \text{ год.}$$

$$Ч_{\text{яв}} = \frac{620 \cdot 8,2}{502 \cdot 1,1} + \frac{620 \cdot 7,1}{502 \cdot 1,15} = 9,2 + 7,6 \approx 10 + 8 = 18 \text{ ос.}$$

$$Ч_{\text{об}} = \frac{620 \cdot 8,2}{451,8 \cdot 1,1} + \frac{620 \cdot 7,1}{451,8 \cdot 1,15} = 10,2 + 8,5 \approx 11 + 9 = 20 \text{ ос.}$$

Задача 9.

Річна програма з виробництва виробів А становить 10 000 шт. Трудомісткість виготовлення одного виробу за токарними роботами – 14 годин, за фрезерними – на 10% вище, за шліфувальними – на 3% нижче, ніж за фрезерними. Виробіток норм – 115 %. Номінальний фонд робочого часу 1 робітника становить 2 008 год. Втрати робочого часу (розраховані відносно номінального фонду) на відпустки 10,5 %, за лікарняними – 4%, у зв'язку зі скороченням робочого дня у передсвяткові дні – 0,5 %, у зв'язку зі скороченням робочого дня для підлітків – 0,1%. Норма чисельності спеціалістів складає 8%, керівників – 3%, допоміжних робітників – 26% від чисельності основних робітників. Визначити середньооблікову чисельність промислово-виробничого персоналу.

Розв'язання

Визначення середньооблікової чисельності робітників:

$$\text{Ч}_{\text{ср.об}} = \frac{\sum N_i \cdot T_{pi}}{F_{\text{еф}} \cdot K_{\text{в.н}}}$$

де N_i – обсяг випуску продукції i -го виду у натуральному вираженні, шт.;

T_{pi} – трудомісткість виготовлення одиниці продукції i -го виду, нормо-годин (годин);

$F_{\text{еф}}$ – ефективний фонд часу роботи одного робітника (з урахуванням втрат робочого часу), год.;

$K_{\text{в.н}}$ – коефіцієнт виконання норм.

Трудомісткість фрезерних робіт: $\text{Тр}_{\text{фрез}} = 14 \cdot 1,1 = 15,4$ год.

Трудомісткість шліфувальних робіт: $\text{Тр}_{\text{шлиф}} = 15,4 \cdot 0,97 = 14,9$ год.

Сумарна трудомісткість усіх робіт:

$\text{Тр}_{\Sigma} = 14 + 15,4 + 14,9 = 44,3$ год.

Ефективний фонд робочого часу 1 основного робітника:

$$F_{\text{еф}} = 2008 - 2008 \cdot \frac{10,5}{100} - 2008 \cdot \frac{4}{100} - 2008 \cdot \frac{0,5}{100} - 2008 \cdot \frac{0,1}{100} = 2008 - 210,8 - 80,3 - 10 - 2 = 1704,9 \text{ год.}$$

$$\text{Ч}_{\text{ср. об осн. роб}} = \frac{10\,000 \cdot 44,3}{1704,9 \cdot 1,15} = 225,9 \approx 226 \text{ ос.}$$

$$\text{Ч}_{\text{спец}} = 0,08 \cdot 226 = 18,1 \approx 19 \text{ ос.}$$

$$\text{Ч}_{\text{кер}} = 0,03 \cdot 226 = 6,8 \approx 7 \text{ ос.}$$

$$\text{Ч}_{\text{доп.роб}} = 0,26 \cdot 226 = 58,7 \approx 59 \text{ ос.}$$

$$\text{Ч}_{\text{ср. об}_{\Sigma}} = 226 + 19 + 7 + 59 = 311 \text{ ос.}$$

Задача 10.

Визначити облікову й явочну чисельність основних робітників цеху, якщо відомо: 70% робочих користується 18–денною відпусткою; 30% – 24–денною відпусткою; відпустки з навчання становлять 0,3% номінального фонду робочого часу; виконання державних обов'язків складає 0,2% номінального фонду робочого часу; хвороби дорівнюють у середньому 4% номінального фонду робочого часу. Трудомісткість річної програми цеху – 80 тис. нормо-год. Середній коефіцієнт виконання норм по цеху – 1,2. У

році 52 робочих тижні, тривалість робочого тижня – 40 год (5 робочих днів по 8 годин). Кількість святкових днів у році – 10 днів.

Розв'язання

Визначення середньооблікової чисельності робітників:

$$\text{Ч}_{\text{ср.об}} = \frac{\sum N_i \cdot T_{pi}}{F_{\text{еф}} \cdot K_{\text{в.н}}}$$

де N_i – обсяг випуску продукції i -го виду у натуральному вираженні, шт.;
 T_{pi} – трудомісткість виготовлення одиниці продукції i -го виду, нормо-годин (годин);

$\sum N_i \cdot T_{pi}$ – трудомісткість виробничої програми випуску продукції, нормо-год. (год.);

$F_{\text{еф}}$ – ефективний фонд часу роботи одного робітника (з урахуванням втрат робочого часу), год.;

$K_{\text{в.н}}$ – коефіцієнт виконання норм.

1. Номінальний фонд робочого часу:

$$F_{\text{н}} = (52 \cdot 40) - 10 \cdot 8 = 2\,000 \text{ год.}$$

2. Втрати робочого часу:

$$\text{Відпустки тарифні} = (0,7 \cdot 18 + 0,3 \cdot 24) \cdot 8 = (12,6 + 7,2) \cdot 8 = 158,4 \text{ год.}$$

$$\text{Відпустки на навчання} = 2\,000 \cdot 0,003 = 6 \text{ год.}$$

$$\text{Виконання державних обов'язків} = 2\,000 \cdot 0,002 = 4 \text{ год.}$$

$$\text{Лікарняні} = 2\,000 \cdot 0,04 = 80 \text{ год.}$$

3. Ефективний фонд робочого часу:

$$F_{\text{еф}} = 2\,000 - 158,4 - 6 - 4 - 80 = 1\,751,6 \text{ год.}$$

$$\text{Ч}_{\text{ср. об}} = \frac{80\,000}{1751,6 \cdot 1,2} = 38,1 \approx 39 \text{ ос.}$$

$$\text{Ч}_{\text{яв}} = \frac{80\,000}{2000 \cdot 1,2} = 33,3 \approx 34 \text{ ос.}$$

Задача 11.

Обсяг виробничої програми підприємства в базовому році становить 368 млн.грн. й зросте в плановому періоді на 11%. Виробіток одного працівника в базовому періоді становив 460 т.грн./ос. За рахунок поліпшення організації виробництва чисельність виробничо–промислового персоналу в плановому періоді зменшиться на 11 ос. Визначити відсоток зростання продуктивності праці й чисельність працюючих на підприємстві в плановому періоді.

Розв'язання

1. Визначення обсягу виробництва в плановому періоді:

$$O_{\text{пл}} = 368 \cdot 1,11 = 408,5 \text{ млн. грн.}$$

2. Визначення чисельності персоналу в базовому й плановому періодах:

$$Ч_{\text{об}} = \frac{O}{\text{ПП}^{\text{річ}}(\text{В}^{\text{річ}})}$$

де O – обсяг випуску продукції у вартісному вираженні, грн.;
 $\text{ПП}^{\text{річ}}(\text{В}^{\text{річ}})$ – річна продуктивність праці 1 працівника (середньорічний виробіток 1 працівника), грн./ос.

$$Ч_{\text{об(баз.)}} = \frac{O_{\text{баз.}}}{\text{ПП}_{\text{баз.}}} = \frac{368\,000}{460} = 800 \text{ ос.}$$

$$Ч_{\text{об(пл.)}} = 800 - 11 = 789 \text{ ос.}$$

3. Визначення продуктивності праці в плановому періоді:

$$\text{ПП} = \frac{O}{P_{\text{ср.об}}}$$

де O – обсяг випуску продукції у вартісному вираженні, грн.;
 $P_{\text{ср.об}}$ – середньооблікова чисельність персоналу, ос.

$$\text{ПП}_{\text{пл}} = \frac{408\,500}{789} = 517,75 \frac{\text{т. грн.}}{\text{ос.}}$$

4. Відсоток зростання продуктивності праці:

$$\text{Відсоток зростання ПП} = \frac{\text{ПП}_{\text{пл}}}{\text{ПП}_{\text{б}}}} \cdot 100\% = \frac{517,75}{460} \cdot 100 = 112,5 \%$$

Продуктивність праці по підприємству зросте на 12,5 % (112,5–100=12,5 %).

Задача 12.

Валова продукція підприємства за планом на рік дорівнює 180 млн. грн., середньооблікова чисельність виробничо-промислового персоналу – 750 ос., число робочих днів у році – 216 дн., тривалість робочого дня – 7,95 год. Визначити середньорічну, середньоденну і середньогодинну продуктивність праці 1 працівника.

Розв'язання

1. Визначення середньорічної продуктивності праці 1 працівника:

$$ПП = \frac{O}{Ч_{об}}$$

де O – обсяг випуску продукції у вартісному вираженні, грн.;
 $Ч_{об}$ – середньооблікова чисельність персоналу, ос..

$$ПП^{річ} = \frac{360\,000\,000}{750} = 480\,000 \frac{\text{грн./рік}}{\text{ос.}}$$

2. Визначення середньоденної продуктивності праці 1 працівника:

$$ПП^{дн} = \frac{O}{\text{Люд.}-\text{дні}} = \frac{O}{Ч_{об} \cdot Д}$$

де Люд.–дні – загальна чисельність днів, що відпрацьовані усіма працівниками за рік;
 $Д$ – число робочих днів у році, дн.

$$ПП^{дн} = \frac{360\,000\,000}{750 \cdot 216} = 2222,22 \frac{\text{грн./дн.}}{\text{ос.}}$$

3. Визначимо середньогодинну продуктивність праці 1 працівника:

$$ПП^{год} = \frac{O}{\text{Лід.}-\text{год}} = \frac{O}{P_{\text{ср.об}} \cdot Д \cdot Т}$$

де Люд.–год – загальне число годин, що відпрацьовані усіма працівниками за рік, год.

$Т$ – тривалість робочого дня (зміни), год.

$$ПП^{год} = \frac{360\,000\,000}{750 \cdot 216 \cdot 7,95} = 279,52 \frac{\text{грн./год.}}{\text{ос.}}$$

Тема 8. Оплата праці. Форми і системи оплати праці працівників. Фонд оплати праці (лекційні заняття – 4 години)

Лекція 14. Оплата праці

План лекції

1. Сутність і принципи організації заробітної плати

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник/* за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ,2009. 816 с.

2. Економіка підприємства : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти / Н. Ю. Рекова, Є. О. Підгора, В. В.Ровенська, В. С. Рижиков, О. В. Латишева, І. Ю. Єрфорт, Т. П. Гітис, І. І. Смирнова, С. В. Касьянюк. Краматорськ : ДДМА, 2021. 248 с. URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Ekonomika%20pidpriemstva_Pidgora_2%20\(2\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Ekonomika%20pidpriemstva_Pidgora_2%20(2).pdf).

1 Сутність і принципи організації заробітної плати

В економічній літературі відсутня загальноприйняте трактування поняття заробітної плати. Наведемо декілька визначень цього поняття.

Заробітна плата – це частина національного доходу, призначена для задоволення особистих потреб працівників, яка видається в грошовій формі відповідно до кількості та якості виконаних робіт.

Заробітна плата – це грошовий вираз вартості і ціни робочої сили, які виступають в формі заробітку, виплаченого власником підприємства працівникові за виконану роботу.

Заробітна плата – це винагорода за працю.

Заробітна плата – це частина витрат на виробництво й реалізацію продукції, яка витрачається на оплату праці працівників підприємства.

У відповідності зі статтею Закону України «Про оплату праці» **заробітна плата** – це винагорода, розрахована, як правило, в грошовому вираженні, яку відповідно до трудового договору власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану роботу.

Заробітна плата – це виражена в грошовій формі частина сукупного продукту, яка виплачується працівникові відповідно до обсягу витраченої ним праці.

Величина заробітної плати працівників залежить від наступних факторів:

- складності та умов виконання робіт;
- професійно-ділових якостей працівника;
- результатів його праці;
- кінцевих результатів фінансово-господарської діяльності.

Розрізняють поняття номінальної та реальної заробітної плати.

Номинальна заробітна плата – це сума коштів, отриманих працівником за його працю на протязі розрахункового періоду (день, місяць, рік).

Реальна заробітна плата – це кількість товарів і послуг, яку можна придбати за номінальну заробітну плату. Іншими словами, реальна заробітна плата – це купівельна спроможність номінальної заробітної плати. Отже, реальна заробітна плата тісно пов'язана з номінальною і цінами на товари і послуги.

Заробітна плата виконує ряд функцій: відтворювальну, стимулювальну, регулювальну, соціальну та ін. [5].

1. Відтворювальна функція полягає у встановленні заробітної плати на такому рівні, який забезпечує відновлення працездатності працівника, тобто підтримання та покращення умов життя працівника, який повинен мати можливість нормально жити (платити за квартиру, їжу, одяг, тобто предмети першої необхідності), у якого повинна бути реальна можливість відпочивати від роботи, щоб відновлювати сили для роботи. Також працівник повинен мати можливість рости і виховувати дітей, майбутні трудові ресурси. У разі, коли зарплата за основним місцем роботи не забезпечує працівникові та членам його сім'ї нормальне відтворення, виникає проблема додаткових заробітків. Це виснажує трудовий потенціал, знижує професіоналізм, погіршує виробничу і трудову дисципліну.

Реалізація відтворювальної функції заробітної плати передбачає встановлення норм оплати праці на такому рівні, який забезпечує нормальне відновлення робочої сили відповідної кваліфікації та водночас дає змогу застосовувати обґрунтовані норми праці, що гарантує власнику отримання необхідного результату господарської діяльності.

2. Стимулювальна функція забезпечує стимулювання працівника до випуску продукції (надання послуг) необхідної кількості, якості з належною результативністю праці. Функція стимулювання зводиться до того, що можливий рівень оплати праці має спонукати кожного працівника до ефективних дій на своєму робочому місці.

Стимулювальна функція важлива з позиції керівництва підприємства: потрібно стимулювати працівника до трудової активності, до максимальної віддачі, підвищенню ефективності праці. Цій меті служить встановлення розміру заробітку в залежності від досягнутих кожним працівником результатів праці. Працівник повинен бути зацікавлений у підвищенні своєї кваліфікації для отримання більшого заробітку, тому що більш висока кваліфікація вище оплачується. Підприємство ж зацікавлене в більш кваліфікованих кадрах для підвищення продуктивності праці, поліпшення якості продукції.

3. Регулювальна функція – це регулювання заробітною платою ринку праці і прибутковості фірми. При рівних умовах працівник найметься на роботу в фірму, де більше платять. З іншого боку

підприємству не вигідно платити занадто багато, бо його рентабельність знижується.

Регулювальна функція оплати праці реалізує загальноприйнятий принцип диференціації рівня заробітної плати за професією та кваліфікацією відповідної категорії персоналу, важливістю та складністю трудових завдань.

4. Соціальна функція є продовженням і доповненням відтворювальної функції. Заробітна плата повинна давати можливість людині скористатися пакетом соціальних благ – медичні послуги, якісний відпочинок, отримання освіти, а також забезпечити безбідне існування працівника в пенсійному віці.

Крім того, соціальна функція заробітної плати спрямована на забезпечення однакової оплати за рівну працю; вона повинна об'єднувати державне і договірне регулювання оплати праці, а також реалізувати принцип соціальної справедливості за отримання власного доходу.

5. Статусна функція передбачає відповідність розміру заробітної плати трудовому статусу працівника. Трудовий статус – це місце даного працівника по відношенню до інших працівників як по вертикалі, так і по горизонталі. Розмір винагороди за працю є показником цього статусу. У цьому випадку потрібна розробка прозорої системи критеріїв оплати праці окремих груп і категорій персоналу, що має бути відображено в колективному договорі (контракті).

6. Виробничо-дольова функція заробітної плати визначає міру участі живої праці (через заробітну плату) в утворенні ціни продукції, його частку в собівартості продукції, що випускається. Ця частка дозволяє встановити ступінь дешевизни (подорожчання) робочої сили, її конкурентоспроможність на ринку праці. У цій функції виконується реалізація попередніх функцій через систему тарифних ставок, посадових окладів, премій, доплат, надбавок.

Функції заробітної плати можна охарактеризувати основними рисами у вигляді схеми (рис. 1).

Організація праці і заробітної плати на підприємстві ґрунтується на певних *принципах*:

- справедливість, тобто рівна оплата за рівну працю;
- враховується складність виконуваної роботи і рівень кваліфікації праці;
- враховуються шкідливі умови праці і важка фізична праця;
- відбувається стимулювання за якість і сумісництво професій;
- матеріальне покарання за допущення браку і безвідповідальне ставлення до своїх обов'язків;
- темпи зростання продуктивності праці повинні перевищувати темпи зростання заробітної плати працівників;
- темпи зростання продуктивності праці повинні перевищувати темпи зростання національного доходу;

- темпи зростання продуктивності праці повинні перевищувати темпи зростання фондоозброєності праці;
- індексація заробітної плати щодо рівня інфляції;
- застосування прогресивних форм і систем оплати праці.

Основна риса	Функції заробітної плати			
	Відтворювальна	Стимулювальна	Регулювальна	Соціальна
Целевая направленность	Відтворювання робочої сили	Стимулювання кількості, якості й результатів праці	Регулювання ринку праці	Однакова оплата за рівну працю
Принципы реализации	Забезпечення стану нормальної життєдіяльності	Диференціація рівня оплати праці	Сегментація рівня оплати праці	Солідаризація заробітної плати
Направления реализации	Оцінка вартості робочої сили	Оптимізація елементів організації оплати праці	Ціноутворення на ринку праці під впливом попиту та пропозиції	Об'єднання державного і договірної регулювання
Критерии реализации	Фізіологічні і соціальні критерії забезпечення простого і розширеного відтворення	Оптимізація співвідношень між зростанням продуктивності і оплати праці	Формування ринкової вартості робочої сили	Диференціація заробітної плати за критерієм соціальної справедливості

Рисунок 1 – Функції заробітної плати

Лекція 15. Форми і системи оплати праці працівників. Фонд оплати праці

План лекції

1. Форми і системи оплати праці
2. Склад і структура фонду оплати праці. Мінімальна заробітна плата

Завдання на самостійну роботу студента

1. Державна політика оплати праці

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник*/ за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ,2009. 816 с.

2. *Економіка підприємства : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти* / Н. Ю. Рекова, Є. О. Підгора, В. В.Ровенська, В. С. Рижиков, О. В. Латишева, І. Ю. Єрфорт, Т. П. Гітис, І. І. Смирнова, С. В. Касьянюк. Краматорськ : ДДМА, 2021. 248 с.
URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Ekonomika%20pidpriemstva_Pidgora_2%20\(2\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Ekonomika%20pidpriemstva_Pidgora_2%20(2).pdf).

1 Форми і системи оплати праці

Найбільший розвиток отримали дві системи оплати праці: тарифна та безтарифна.

Тарифна система оплати праці – це сукупність нормативних матеріалів, на підставі яких здійснюється планування і регулювання рівня заробітної плати різних категорій персоналу.

Тарифна система складається з наступних елементів: тарифікації робіт, тарифікації працівників, тарифної сітки, тарифної ставки, схеми посадових окладів, єдиного тарифно-кваліфікаційного довідника (ЄТКД), кваліфікаційний довідник посад керівників, професіоналів, спеціалістів та технічних службовців.

Тарифікація робіт передбачає віднесення окремих видів робіт до тієї чи іншої групи складності в залежності від вимог, які пред'являються до виконавця робіт, і рівнем його кваліфікації.

Тарифікація працівників передбачає визначення рівня кваліфікації працівників і присвоєння їм відповідного тарифного розряду.

Тарифна сітка – це сукупність розрядів і відповідних їм тарифних коефіцієнтів, в залежності від яких диференціюється заробітна плата. Тарифна сітка – це шкала, яка складається з тарифних розрядів і тарифних коефіцієнтів, що визначають у скільки разів тарифна ставка даного розряду вище тарифної ставки першого розряду, тарифний коефіцієнт якої дорівнює «1» (для 6-го розряду тарифний коефіцієнт дорівнює «2»).

Тарифна сітка визначає тарифні коефіцієнти.

Тарифний коефіцієнт першого розряду завжди дорівнює одиниці. За першим розрядом тарифікуються прості роботи, виконання яких не потребує професійної підготовки. Коефіцієнти наступних розрядів характеризують ступінь складності праці робітників, які мають ці розряди.

У більшості галузях промисловості робітники і роботи тарифікуються за шістьма розрядами.

Величини тарифних коефіцієнтів у залежності від розрядів робіт представлені в табл. 1.

Таблиця 1 – Величини тарифних коефіцієнтів у залежності від розрядів робіт

Показник	Тарифний розряд					
	1	2	3	4	5	6
Тарифний коефіцієнт	1,0	1,13	1,29	1,48	1,71	2,0

Розряд працівника визначається шляхом складання ним екзамену на знання техніки, технології, виконання робіт відповідного розряду.

Тарифна ставка – це величина оплати праці робітника відповідно до встановленого тарифного розряду за одиницю відпрацьованого часу.

Ставка 1-го розряду визначається відповідно до встановленого державою розміру мінімальної заробітної плати і визначає рівень зарплати некваліфікованого працівника.

Тарифні ставки наступних розрядів розраховуються множенням тарифної ставки 1-го розряду на відповідний тарифний коефіцієнт.

Єдиний тарифно-кваліфікаційний довідник робіт і професій робітників (ЄТКД) – це нормативний документ, відповідно до якого проводиться тарифікація робіт і присвоєння відповідних кваліфікаційних розрядів робітникам.

Єдиний тарифно-кваліфікаційний довідник робіт і професій робітників – це збірник нормативних актів, які містять кваліфікаційні характеристики робіт і професій, згруповані за виконавцями і видами робіт.

У ЄТКД відображені характеристики кожного розряду, які складаються з трьох розділів: характеристика робіт, професійні знання, приклади робіт.

Кваліфікаційний довідник посад керівників, професіоналів, спеціалістів та технічних службовців – це нормативний документ, в якому об'єднані загальногалузеві кваліфікаційні характеристики цих категорій працівників. У ньому вказуються посадові обов'язки, вимоги до знань і стажу роботи за спеціальністю, рівня та профілю підготовки керівників, професіоналів, спеціалістів та технічних службовців.

При тарифній системі діють дві форми оплати праці працівників – відрядна і почасова.

Відрядна заробітна плата передбачає, що заробіток знаходиться в прямій залежності від кількості та якості виготовленої продукції або обсягу робіт, що виконані.

Заробітна плата працівникам нараховується за годинними тарифними ставками відповідного розряду і обсягами виготовленої продукції.

При цьому оплата праці ставиться в пряму залежність від його результату, стимулює до зростання кількісних показників роботи.

Застосовується на виробництвах з переважним використанням ручної або машинно-ручної праці.

Умови застосування відрядної системи:

– існує можливість точного обліку обсягів виготовленої продукції, робіт, що виконані;

– підприємство має у своєму розпорядженні значні за обсягами замовлення, а чисельність працівників обмежена;

– застосування цієї системи негативно не позначиться на якості продукції;

– можливість збільшити виробіток (продуктивність праці).

Відрядну заробітну плату *не рекомендують* застосовувати при наступних умовах:

– погіршується якість продукції;

- порушується технологічний режим;
- погіршується обслуговування устаткування;
- порушуються вимоги техніки безпеки;
- перевитрачаються сировина і матеріали.

У рамках відрядної форми розрізняють наступні системи оплати праці.

1. Пряма відрядна система оплати праці.

При прямій відрядній оплаті заробітна плата прямо пропорційна кількості виготовленої продукції.

$$Z_{\text{від}}^{\text{п}} = C_{\text{год}} \cdot T_{\text{р}} \cdot N_{\text{міс}}, \quad (1)$$

де $C_{\text{год}}$ – годинна тарифна ставка відповідного розряду, грн./год.;

$T_{\text{р}}$ – трудомісткість одиниці продукції (робіт), год.;

$N_{\text{міс}}$ – кількість виготовленої продукції за місяць, шт.

Добуток годинної тарифної ставки і трудомісткості робіт – це відрядна розцінка за одиницю продукції або роботи.

$$P_{\text{від}} = C_{\text{год}} \cdot T_{\text{р}}. \quad (2)$$

Загальний заробіток робітника визначається добутком відрядної розцінки на кількість виготовленої продукції за розрахунковий період.

$$Z_{\text{від}}^{\text{п}} = P_{\text{від}} \cdot N_{\text{міс}}. \quad (3)$$

Відрядна система оплати праці використовується для оплати праці основних робітників.

2. Відрядно-преміальна система оплати праці.

Це така система оплати праці, коли робітник отримує оплату за свою працю за прямими відрядними розцінками та додатково отримує премію.

Для цього встановлюються показники, за які здійснюється преміювання.

Це можуть бути:

- показники виконання плану виробництва продукції;
- підвищення якості продукції;
- недопущення браку;
- дотримання стандартів;
- економія сировини, матеріалів, палива, інструменту, мастильно-охолоджувальної рідини.

$$Z_{\text{від-прем}} = Z_{\text{від}}^{\text{п}} + Z_{\text{від}}^{\text{п}} \cdot K_{\text{доп.прем}}, \quad (4)$$

де $Z_{\text{від}}^{\text{п}}$ – прямий відрядний заробіток, грн;

$K_{\text{доп.прем}}$ – коефіцієнт преміальних доплат.

3. Відрядно-прогресивна система оплати праці.

Праця робітника оплачується за прямими відрядними розцінками в межах виконання норм, а при виготовленні понад норми – за підвищеними розцінками.

$$Z_{\text{від}}^{\text{прогр.}} = Z_{\text{від}}^{\text{п}} + Z_{\text{від, доп. прогр.}} \quad (5)$$

де $Z_{\text{від, доп. прогр.}}$ – відрядно-прогресивна надбавка.

$$Z_{\text{від, доп. прогр.}} = (C_{\text{год}} \cdot T_p \cdot n') \cdot K'_{\text{доп. прогр.}} \quad (6)$$

де n' – кількість одиниць продукції, виготовленої понад норми, шт.;

$K'_{\text{доп. прогр.}}$ – коефіцієнт прогресивних доплат.

Відрядно-прогресивна система, як правило, вводиться тимчасово на найбільш важких ділянках основного виробництва (у «вузьких місцях») і в особливих випадках, якщо є необхідність матеріального стимулювання робітників у підвищенні продуктивності праці.

Недолік цієї системи полягає в тому, що зарплата робітників зростає швидше за продуктивність праці.

4. Непряма відрядна система оплати праці.

Застосовується для оплати праці допоміжних робітників, які самі безпосередньо продукцію не виготовляють.

Передбачає, що заробіток допоміжних робітників ставиться в пряму залежність від результатів праці робітників-відрядників, устаткування яких вони обслуговують.

Вона використовується для оплати праці тих категорій допоміжних робітників (наладчиків, ремонтників, слюсарів), праця яких не піддається нормуванню та обліку, але значною мірою визначає рівень продуктивності (виробітку) основних робітників.

$$Z_{\text{н.від}} = P_{\text{н.від}} \cdot N_{\text{міс}} \quad (7)$$

де $P_{\text{н.від}}$ – непряма відрядна розцінка на одиницю продукції, грн./шт.;

$N_{\text{міс}}$ – кількість виготовленої продукції за місяць основними робітниками, яких обслуговує допоміжний робітник, шт.

$$P_{\text{н.від}} = \frac{C_{\text{год}}}{V_{\text{год}} \cdot n_{\text{обсл}}}, \quad (8)$$

де $C_{\text{год}}$ – годинна тарифна ставка робітника, праця якого оплачується за непрямою відрядною системою, грн./год.;

$V_{\text{год}}$ – годинна норма виробітку (продуктивності) на кожній одиниці основного устаткування, яке обслуговується допоміжним робітником, шт./год.;

$n_{\text{обсл}}$ – кількість одиниць основного устаткування, яке обслуговується допоміжним робітником, шт.

5. Акордна система оплати праці полягає у тому, що робітникові або групі робітників розцінки встановлюють не за одиницю виготовленої продукції або окрему операцію, а за весь комплекс (обсяг) робіт з визначенням кінцевого терміну його виконання.

Ця система стимулює скорочення термінів виконання робіт.

Умови застосування акордної системи:

– підприємство не вкладається в терміни виконання певного замовлення і при його невиконанні необхідно буде виплатити значні суми штрафних санкцій відповідно до умов договорів;

– у надзвичайних умовах: пожежі, повені, вихід з ладу основної технологічної лінії, що призведе до зупинки виробництва;

– у разі гострої необхідності виконання окремих робіт або введення в дію на підприємстві нового устаткування.

У рамках відрядної системи оплати праці аналізується середній розряд робітників і середній розряд робіт, які вони виконують.

Середній тарифний розряд робітників:

$$P_{\text{ср}} = \frac{1p \cdot P_1 + 2p \cdot P_2 + \dots + 6p \cdot P_6}{P_1 + P_2 + \dots + P_6}, \quad (9)$$

де P_1, P_2, \dots, P_6 – число робітників відповідно 1, 2, ... 6-го розрядів.

Середній тарифний розряд робіт:

$$P'_{\text{ср}} = \frac{1p \cdot T_{p1} + 2p \cdot T_{p2} + \dots + 6p \cdot T_{p6}}{T_{p1} + T_{p2} + \dots + T_{p6}}, \quad (10)$$

де $T_{p1}, T_{p2}, \dots, T_{p6}$ – трудомісткість робіт відповідно 1, 2, ... 6-го розрядів.

Середній розряд робітників повинен бути вище середнього розряду робіт, які вони виконують.

Почасова система оплати праці – це оплата праці за відпрацьований час.

Умови застосування почасової системи оплати праці:

– на підприємстві функціонують потокові і конвеєрні лінії з чітко заданим ритмом;

– функції робітника зводяться до спостереження і контролю за ходом технологічного процесу;

– кількісний результат праці не може бути визначений і вимірний;

– якість праці важливіше його кількості;

– зростання випуску продукції може призвести до браку або зниження якості продукції.

При застосуванні почасової системи необхідно вести облік фактично відпрацьованого часу робітниками і здійснювати систематичний контроль за виконанням нормативних завдань.

У рамках почасової системи розрізняють наступні системи.

1. Проста почасова система оплати праці.

При цій системі заробітна плата робітника ставиться у пряму залежність від фактично відпрацьованого ним часу.

$$Z_{\text{пог}} = C_{\text{год.пог}} \cdot T, \quad (11)$$

де $C_{\text{год.пог}}$ – годинна тарифна ставка робітника, що працює за почасовою системою оплати праці, грн/год.;

T – фактично відпрацьований час робітником за місяць, год.

2. Почасово-преміальна система оплати праці передбачає, що крім тарифного заробітку робітник отримує премію за досягнення певних кількісних або якісних показників.

$$Z_{\text{пог-прем}} = Z_{\text{пог}} + Z_{\text{пог}} \cdot K_{\text{доп.прем}} \quad (12)$$

Праця керівників, професіоналів, спеціалістів, технічних службовців оплачується за **окладної системою оплати праці**.

Посадовий оклад – це абсолютний розмір заробітної плати, який встановлюється згідно до посади, що займається працівником, відповідно до штатного розкладу. Оклад може встановлюватися в певному діапазоні – від мінімального до максимального значення в рамках однієї посади. Цей діапазон називається «вилка окладів».

Безтарифна система оплати праці.

Це така система, при якій заробітна плата всіх працівників представляє собою частку заробітної плати кожного працюючого в загальному фонді оплати праці, який залежить від кінцевих результатів роботи підприємства, тобто від реалізації продукції.

При безтарифній системі зарплата залежить від кваліфікаційного рівня робітника – розряду робітника, фактично відпрацьованого часу і коефіцієнта, що враховує внесок працівника в загальний результат роботи підрозділу підприємства – це *коефіцієнт трудової участі* (КТУ).

2 Склад і структура фонду оплати праці. Мінімальна заробітна плата

Фонд оплати праці всіх працівників підприємства складається з фонду основної заробітної плати; фонду додаткової заробітної плати; інших заохочувальних та компенсаційних виплат.

Основна заробітна плата – це розмір оплати праці, який визначається тарифними ставками, відрядними розцінками для робітників та посадовими окладами для керівників, професіоналів, спеціалістів, технічних службовців.

Додаткова заробітна плата – це винагорода за працю понад установлені норми, за трудові успіхи та винахідливість, за особливі умови праці.

До фонду додаткової заробітної плати відносять:

1. Оплата щорічних відпусток, грошові компенсації за невикористану відпустку.

2. Оплата за роботу у вихідні, святкові дні та понад нормований час.

3. Винагороди (відсоткові надбавки) за вислугу років та стаж роботи.

4. Премії за виробничі результати:

– виконання і перевиконання виробничих завдань;

– виконання акордних завдань у встановлений термін;

– підвищення продуктивності праці;

– економія сировини, матеріалів, інструменту;

– скорочення простоїв устаткування.

5. Надбавки і доплати до тарифних ставок і посадових окладів:

– кваліфікованим робітникам, зайнятим на особливо відповідальних роботах, за високу майстерність;

– бригадирам з числа робітників, не звільнених від основної роботи, за керівництво бригадами;

– персональні надбавки;

– за суміщення професій (посад), розширення зон обслуговування;

– за роботу у важких, шкідливих умовах, за роботу в багатозмінному та безперервному режимі виробництва;

– керівникам, спеціалістам за високі досягнення у праці.

Додаткова заробітна плата визначається як відсоток від основної заробітної плати, тобто співвідноситься з основною заробітною платою.

Розмір додаткової заробітної плати не повинен перевищувати 50% основної заробітної плати.

До інших заохочувальних та компенсаційних виплат належать:

1. Оплати простоїв не з вини працівника.

2. Винагороди по результати роботи за рік.

3. Винагороди за відкриття, винаходи та раціоналізаторські пропозиції.

4. Премії за створення, організацію виробництва та виготовлення нових товарів.

5. Одноразові заохочення, наприклад, заохочення до ювілейних та пам'ятних дат в натуральній і грошовій формі.

6. Суми наданих підприємством трудових і соціальних пільг працівникам:

– одноразова допомога працівникам, які виходять на пенсію;

– доплати і надбавки до державних пенсій працюючим пенсіонерам;

– вартість путівок на лікування та відпочинок.

Особливе місце в системі оплати праці займає **мінімальна заробітна плата** – це законодавчо встановлений розмір заробітної плати за просту, некваліфіковану працю, нижче якого не може провадитися оплата за виконану працівниками місячну, годинну норму праці. Мінімальному рівню оплати праці відповідає перший розряд тарифних сіток. Більш кваліфікована праця (праця вищих розрядів) оплачується виходячи з наведених у тарифних сітках тарифних коефіцієнтів, які визначаються за співвідношенням рівнів оплати праці даного та першого розряду.

До мінімальної заробітної плати не включаються:

- доплати;
- надбавки;
- компенсаційні та заохочувальні виплати.

Фонд заробітної плати за чинною інструкцією органів статистики включає в себе не тільки фонд оплати праці, а й виплати за рахунок коштів соціального захисту та чистого прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства.

ТЕСТИ

Тарифно-кваліфікаційний довідник – це:

1. нормативний документ, який містить сукупність вимог, яким повинен задовольняти робочий певної професії і кваліфікації;
2. характеристика працівника певної професії та спеціальності;
3. перелік посад усіх найменувань із зазначенням їх окладів;
4. опис практичних необхідних навичок, якими повинен володіти працівник певної кваліфікації;

Для відрядної системи оплати праці характерна оплата праці відповідно до:

1. кількості відпрацьованого часу;
2. кількості випущеної продукції;
3. розміру посадового окладу;

Тарифна система оплати праці робітників містить:

1. тарифну ставку, тарифну сітку;
2. тарифну ставку, тарифно-кваліфікаційний довідник;
3. тарифну ставку, тарифну сітку, тарифно-кваліфікаційний довідник;
4. тарифну ставку, посадові оклади, тарифну сітку;

Почасова система оплати праці передбачає оплату праці відповідно до:

1. кількості виготовленої продукції;
2. відпрацьованого часу;

3. кількості наданих послуг;

При якій системі заробітна плата виплачується за весь комплекс робіт, виконаних в повному обсязі і в певний строк:

1. пряма відрядна система оплати праці;
2. відрядно-преміальна система оплати праці;
3. акордна система оплати праці;
4. відрядно-прогресивна система оплати праці;

При якій системі оплати праці до почасової системи оплати праці, для посилення матеріального стимулювання за досягнення встановлених показників або показників більш високої якості робіт, працівникам виплачують премія:

1. проста почасова система оплати праці;
2. почасово-преміальна система оплати праці;
3. окладна система оплати праці;
4. контрактна система оплати праці;

При якій системі оплата праці здійснюється не за тарифними ставками, а за встановленими місячними посадовими окладами. Використовується для керівників, спеціалістів і технічних службовців:

1. проста почасова система оплати праці;
2. почасово-преміальна система оплати праці;
3. окладна система оплати праці;
4. контрактна система оплати праці;

При якій системі оплата праці керівників підприємств оговорюється в трудовому контракті:

1. проста почасова система оплати праці;
2. почасово-преміальна система оплати праці;
3. контрактна система оплати праці;
4. окладна система оплати праці;

Яка функція заробітної плати спрямована на забезпечення однакової оплати за однакоvu роботу; вона повинна поєднувати державну та договірну її регуляцію, а також реалізовувати принцип соціальної справедливості щодо одержання доходу:

1. відтворювальна функція;
2. стимулююча функція;
3. соціальна функція;
4. регулювальна функція;

Номінальна заробітна плата – це:

1. законодавчо зафіксовані тарифні розцінки і тарифні ставки;
2. грошова сума, яку отримує працівник за виконану роботу;

3. мінімальний розмір заробітної плати, яка має місце на підприємстві в певному періоді;
4. грошовий еквівалент матеріальних благ, які можуть бути придбані за заробітну плату;

Відповідно до Закону України «Про оплату праці» заробітна плата – це:

1. встановлений державою розмір оплати праці, нижче якого не може здійснюватися оплата за фактично виконану роботу;
2. винагорода, обчислена, як правило, в грошовому вираженні, яку за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за трудові успіхи, винахідливість, особливі умови праці;
3. винагорода, виплачена, як правило, в грошовому вираженні, яку за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу;
4. абсолютна сума коштів, отриманих працівником пропорційно до кількості та якості його праці;

Яка саме функція заробітної плати забезпечує встановлення залежності рівня заробітної плати від кількості, якості та результатів праці:

1. відтворювальна;
2. регулювальна;
3. соціальна;
4. стимулююча;

Сума коштів, отримана працівником за свою працю на підприємстві, – це:

1. реальна заробітна плата;
2. прибуток робітника;
3. номінальна заробітна плата;

Основний заробіток працівника в разі почасової оплати праці визначається:

1. відпрацьованим часом і відрядною розцінкою;
2. відпрацьованим часом і тарифної ставкою;
3. нормативною трудомісткістю роботи і тарифною ставкою;
4. обсягом виконаної роботи та відрядною розцінкою;
5. обсягом виконаної роботи та тарифною ставкою;

У разі відрядної оплати праці основний заробіток працівника визначається:

1. обсягом виконаної роботи в натуральному вимірі та тарифною ставкою;
2. нормативною трудомісткістю роботи і відрядною розцінкою за одиницю продукції;
3. фактичною трудомісткістю роботи і тарифною ставкою;
4. обсягом виконаної роботи в натуральному вимірі та відрядною розцінкою;
5. фактичною трудомісткістю роботи і відрядною розцінкою;

Відрядна розцінка – це:

1. показник збільшення розміру заробітної плати в залежності від місця розташування підприємства;
2. розмір заробітної плати за одиницю продукції або роботи;
3. встановлений розмір добових виплат для відряджених робітників;
4. середній тарифний коефіцієнт;

Форма оплати праці, яку доцільно застосовувати в структурному підрозділі підприємства, де належно організовано нормування праці і є можливості для обліку виробітку, а також: потрібно стимулювати зростання цього виробітку понад установлені норми, це:

1. відрядно-преміальна або відрядно-прогресивна система оплати праці;
2. пряма відрядна система оплати праці;
3. проста почасова система оплати праці;
4. почасово-преміальна система оплати праці;

Система оплати праці, яку слід використовувати підприємству для працівників, результат праці яких неможливо нормувати, але керівники прагнуть стимулювати якісне виконання ними своїх обов'язків:

1. пряма відрядна система оплати праці;
2. почасова система оплати праці;
3. відрядно-преміальна система оплати праці;
4. почасово-преміальна система оплати праці;

Систему оплати праці можна назвати ефективною при умові:

1. продуктивність праці зростає більшими темпами, ніж середня заробітна плата;
2. витрати на оплату праці ростуть більшими темпами, ніж обсяг виробництва;
3. фондоозброєність праці росте більшими темпами, ніж продуктивність праці;

При якій системі оплати праці виробіток робочого в межах норми оплачується за звичайними відрядними розцінками, а додатковий виробіток продукції – за підвищеними відрядними розцінками:

1. при почасово-преміальній;
2. при акордній;
3. при відрядно-прогресивній;

Зміни в рівні реальної заробітної плати можна визначити, порівнюючи зміни рівня номінальної заробітної плати зі змінами в:

1. рівні цін на товари і послуги;
2. нормі прибутку;
3. ставках оподаткування;

4. продуктивності праці;

Основна заробітна плата – це:

1. встановлений державою розмір заробітної плати, нижче якого не може здійснюватися оплата за фактично виконану роботу;
2. розмір оплати праці, який визначається тарифними ставками, відрядними розцінками для робітників та посадовими окладами для керівників, професіоналів, спеціалістів, технічних службовців;
3. заробіток у вигляді винагород, інших заохочувальних та компенсаційних виплат;

Додаткова заробітна плата не включає:

1. доплати;
2. надбавки;
3. премії;
4. тарифні ставки;

Встановлення розцінки відразу за весь обсяг робіт з зазначенням терміну їх виконання є характерним для системи оплати праці:

1. акордної;
2. прямої відрядної;
3. прямої почасової;
4. відрядно-прогресивної;

До почасової форми оплати праці відноситься:

1. акордна система;
2. пряма відрядна система;
3. відрядно-преміальна система;
4. жодна з наведених систем;

Заробітна плата при безтарифній системі залежить від:

1. кваліфікаційного рівня робітника;
2. коефіцієнта трудової участі;
3. розряду робітника;
4. фактично відпрацьованого часу;

Заробітна плата – це:

1. новостворена кожним робочим вартість в грошовій формі, виділяється державою для його особистого споживання;
2. грошова винагорода, яку відповідно до трудового договору власник виплачує працівникові за виконану роботу;
3. сума грошових коштів, отриманих працівниками пропорційно кількості і якості їх роботи;
4. сукупність матеріальних благ і послуг, отриманих з громадських фондів споживання;

Основна заробітна плата включає:

1. доплати, надбавки;
2. гарантійні та компенсаційні виплати, передбачені чинним законодавством;
3. премії, пов'язані з виконанням виробничих завдань і функцій;
4. оплату за окладами і тарифами;
5. виплати у формі винагород за підсумками роботи за рік;

Винагорода за працю понад установлені норми, за трудові успіхи та винахідливість і за особливі умови праці – це:

1. додаткова заробітна плата;
2. основна заробітна плата;
3. мінімальна заробітна плата;
4. інші заохочувальні та компенсаційні виплати;
5. відрядна розцінка;

Функція заробітної плати, що забезпечує диференціацію рівня заробітної плати за спеціальністю і кваліфікацією, важливістю і складністю трудових завдань:

1. регулювальна;
2. відтворювальна;
3. стимулююча;
4. соціальна;

Виділіть елементи тарифної сітки:

1. міжкваліфікаційні співвідношення розмірів тарифних ставок;
2. тарифно-кваліфікаційний довідник;
3. галузеві і районні коефіцієнти;
4. тарифна ставка робітника першого розряду;

У тарифно-кваліфікаційному довіднику представлені:

1. характеристики робіт для кожного розряду;
2. тарифні ставки;
3. форми і системи заробітної плати;
4. вимоги до знань і вмінь працівників;
5. тарифні коефіцієнти;

Не відноситься до відрядної форми оплати праці:

1. преміальна;
2. акордна;
3. прогресивна;
4. почасова;
5. пряма;

При почасовій формі оплати праці заробітна плата робітника залежить від:

1. тарифної ставки за годину;
2. кількості виготовлених деталей;
3. відпрацьованого часу;
4. норми часу на виготовлення деталі;
5. відрядної розцінки;

ЗАДАЧІ

Задача 1.

Токар V розряду, годинна тарифна ставка –38,1 грн., має виготовити за місяць 100 деталей, норма часу на виготовлення 1 деталі – 2 години. Оплата – відрядно-преміальна. За своєчасне виконання планового завдання робочому нараховується премія у розмірі 18%. Визначити місячну зарплату токаря за відрядно–преміальною системою оплати праці.

Розв'язання

1. Визначення прямої відрядної заробітної плати робітника:

$$Z_{\text{від}}^{\text{п}} = C_{\text{год}} \cdot T_{\text{р}} \cdot N_{\text{міс}}$$

де $C_{\text{год}}$ – годинна тарифна ставка робочого відповідного розряду, грн./год.;

$T_{\text{р}}$ – трудомісткість обробки одиниці продукції, год.;

$N_{\text{міс}}$ – кількість продукції, що виготовлена робітником за місяць, шт.

$$Z_{\text{від}}^{\text{п}} = 38,1 \cdot 2 \cdot 100 = 7\,620 \text{ грн.}$$

2. Визначення місячної заробітної плати робітника за відрядно–преміальною системою оплати праці:

$$Z_{\text{від.-прем}} = Z_{\text{від}}^{\text{п}} + Z_{\text{від}}^{\text{п}} \cdot K_{\text{доп.прем}}$$

де $Z_{\text{від}}^{\text{п}}$ – пряма відрядна заробітна плата робітника, грн.;

$K_{\text{доп.прем}}$ – коефіцієнт доплат преміальних.

$$Z_{\text{від.-прем}} = 7\,620 + 7\,620 \cdot 0,18 = 7\,620 + 1\,371,6 = 8\,991,6 \text{ грн.}$$

Задача 2.

Визначити відрядний заробіток робітника. Токар V-го розряду (тарифний коефіцієнт – 1,7) виготовив за місяць 1 600 деталей, норма часу на 1 деталь – 11 хв. Годинна тарифна ставка I-го розряду – 22,41 грн./год.

Розв'язання

Пряма відрядна заробітна плата:

$$З_{\text{від}}^{\text{п}} = C_{\text{год}} \cdot T_{\text{р}} \cdot N_{\text{міс}}$$

де $C_{\text{год}}$ – годинна тарифна ставка робочого відповідного розряду, грн./год.;

$T_{\text{р}}$ – трудомісткість обробки одиниці продукції, год.;

$N_{\text{міс}}$ – кількість продукції, що виготовлена робітником за місяць, шт.

Годинна тарифна ставка робітника V-го розряду:

$$C_{\text{V}} = C_{\text{I}} \cdot K_{\text{тариф}}$$

де $K_{\text{тариф}}$ – тарифний коефіцієнт переходу від I-го розряду до і-го розряду.

$$C_{\text{V}} = C_{\text{I}} \cdot K_{\text{тариф}} = 22,41 \cdot 1,7 = 38,1 \text{ грн./год}$$

$$З_{\text{від}}^{\text{п}} = 38,1 \cdot \frac{11}{60} \cdot 1\,600 = 11\,176 \text{ грн.}$$

Задача 3.

Визначити заробітну плату робітника-відрядника IV (тарифний коефіцієнт –1,5) за відрядно-преміальною системою оплати праці, якщо він за місяць виготовив 173 виробів при завданні 130 виробів. Норма часу на виконання операції складає 1,4 нормо-години. Годинна тарифна ставка для I розряду становить – 22,41 грн./год. Відсоток доплат за виконання плану становить 9 %, а відсоток доплат за кожен відсоток перевиконання плану становить 1,5%.

Розв'язання

1. Визначення прямої відрядної заробітної плати робітника:

$$З_{\text{від}}^{\text{п}} = C_{\text{год}} \cdot T_{\text{р}} \cdot N_{\text{міс}}$$

де $C_{\text{год}}$ – годинна тарифна ставка робочого відповідного розряду, грн./год.;

$T_{\text{р}}$ – трудомісткість обробки одиниці продукції, год.;

$N_{\text{міс}}$ – кількість продукції, що виготовлена робітником за місяць, шт.

Годинна тарифна ставка робітника IV-го розряду:

$$C_{\text{IV}} = C_{\text{I}} \cdot K_{\text{тариф}}$$

де $K_{\text{тариф}}$ – тарифний коефіцієнт переходу від I-го розряду до і-го розряду.

$$C_{IV} = C_I \cdot K_{\text{тариф}} = 22,41 \cdot 1,5 = 33,61 \text{ грн./год.}$$

$$З_{\text{від}}^{\text{п}} = 33,61 \cdot 1,4 \cdot 173 = 8\,140,34 \text{ грн.}$$

2. Визначимо коефіцієнт преміальних доплат:

$$\% \text{ виконання плану} = \frac{173}{130} \cdot 100\% = 133,1 \%$$

План перевиконано на $133,1 - 100 = 33,1 \%$.

$$K_{\text{доп.прем.}} = 9 + 33,1 \cdot 1,5 = 9 + 49,6 = 58,6\%$$

3. Визначення місячної заробітної плати робітника за відрядно-преміальної системи оплати праці:

$$З_{\text{від.-прем}} = З_{\text{від}}^{\text{п}} + З_{\text{від}}^{\text{п}} \cdot K_{\text{доп.прем}}$$

де $З_{\text{від}}^{\text{п}}$ – пряма відрядна заробітна плата робітника, грн;

$K_{\text{доп.прем}}$ – коефіцієнт доплат преміальних.

$$З_{\text{від.-прем}} = 8\,140,34 + 8\,140,34 \cdot 0,586 = 8\,140,34 + 4\,770,24 = 12\,910,58 \text{ грн.}$$

Задача 4.

Визначити заробітну плату допоміжного робочого, годинна тарифна ставка якого 38,1 грн./год. Допоміжний робочий обслуговує двох основних робочих. Годинний виробіток першого робітника – 40 шт./год., а другого робітника – 26 шт./год. Фактичний випуск за місяць: першого робітника 9500 шт. виробів, другого – 8300 шт. виробів. Система оплати непряма відрядна.

Розв'язання

1. Визначення заробітної плати робітника за непрямою відрядною заробітною платою:

$$З_{\text{непр.-від}} = P_{\text{непр.-від}} \cdot N_{\text{міс}}$$

де $P_{\text{непр.-від}}$ – непряма відрядна розцінка допоміжного працівника на одиницю продукції, що виготовляється основними робітниками, яких обслуговує допоміжний робітник, грн./шт.;

$N_{\text{міс}}$ – кількість продукції, що виготовлена за місяць основними

робітниками, яких обслуговує допоміжний робітник, шт.

$$P_{\text{непр.-від}} = \frac{C_{\text{год}}}{V_{\text{год}} \cdot n_{\text{обсл}}}$$

де $C_{\text{год}}$ – годинна тарифна ставка робітника, праця якого оплачується за непрямою відрядною системою оплати праці, грн./год.;

$V_{\text{год}}$ – годинний виробіток (продуктивність праці) на кожній одиниці основного устаткування, яке обслуговує допоміжний робітник, шт./год.;

$n_{\text{обсл}}$ – кількість одиниць основного устаткування, що обслуговує допоміжний робітник, од.

$$Z_{\text{непр.-від}} = \frac{38,1}{40} \cdot 4050 + \frac{38,1}{26} \cdot 3830 = 3857,62 + 5612,42 = 9470,04 \text{ грн.}$$

Задача 5.

Визначити величину заробітної плати робітника-відрядника III розряду (тарифний коефіцієнт – 1,35), якщо за місяць він відпрацював 176 годин, виготовив 103 деталі, трудомісткість 1 деталі – 4,2 нормо-години. Годинна тарифна ставка робітника I-го розряду – 22,41 грн./год.

Розв'язання

Пряма відрядна заробітна плата:

$$Z_{\text{від}}^{\text{п}} = C_{\text{год}} \cdot T_{\text{р}} \cdot N_{\text{міс}}$$

де $C_{\text{год}}$ – годинна тарифна ставка робочого відповідного розряду, грн./год.;

$T_{\text{р}}$ – трудомісткість обробки одиниці продукції, год.;

$N_{\text{міс}}$ – кількість продукції, що виготовлена робітником за місяць, шт.

Годинна тарифна ставка робітника III-го розряду:

$$C_{\text{III}} = C_{\text{I}} \cdot K_{\text{тариф}}$$

де $K_{\text{тариф}}$ – тарифний коефіцієнт переходу від I-го розряду до i-го розряду.

$$C_{\text{III}} = C_{\text{I}} \cdot K_{\text{тариф}} = 22,41 \cdot 1,35 = 30,25 \text{ грн./год}$$

$$Z_{\text{від}}^{\text{п}} = 30,25 \cdot 4,2 \cdot 103 = 13\,086,15 \text{ грн.}$$

Відпрацьований час 176 годин – не приймає участі у розрахунках.

Задача 6.

Визначити основний місячний заробіток робітника, що оплачується за індивідуальною відрядно-прогресивною системою оплати праці, якщо робітникові IV – го розряду встановлена норма виробітку на місяць 300 деталей, по 30 хв на 1 деталь. Він виконав цю норму на 130%. Передбачається збільшення розцінок на продукцію, виготовлену понад вихідної бази, при її перевиконання до 10% – в 1,5 рази, а понад 10% – в 2 рази. За вихідну базу прийнято 100% виконання норм виробітку. Годинна тарифна ставка робітника IV – го розряду 33,61 грн./год.

Розв'язання

Визначення заробітної плати за відрядно–прогресивною системою оплати праці:

$$З_{\text{від}}^{\text{прогр}} = З_{\text{від}}^{\text{п}} + З_{\text{від,доп.прогр}}$$

де $З_{\text{від,доп.прогр}}$ – відрядно–прогресивна надбавка.

$$З_{\text{від,доп.прогр}} = (C_{\text{год}} \cdot T_{\text{р}} \cdot n') \cdot K'_{\text{доп.прогр}}$$

де n' – кількість одиниць продукції, що виготовлено понад норму, шт.;

$K'_{\text{доп.прогр}}$ – коефіцієнт прогресивних доплат.

Пряма відрядна заробітна плата:

$$З_{\text{від}}^{\text{п}} = C_{\text{год}} \cdot T_{\text{р}} \cdot N_{\text{міс}}$$

де $C_{\text{год}}$ – годинна тарифна ставка робочого відповідного розряду, грн./год.;

$T_{\text{р}}$ – трудомісткість обробки одиниці продукції, год.;

$N_{\text{міс}}$ – кількість продукції, що виготовлена робітником за місяць, шт.

$$З_{\text{від}}^{\text{п}} = 33,61 \cdot \frac{30}{60} \cdot 300 = 5\,041,5 \text{ грн.}$$

Понад плану робочий виготовив:

$$n' = 0,3 \cdot 300 = 90 \text{ деталей.}$$

Відрядно-прогресивна надбавка:

$$З_{\text{від,доп.прогр}} = \left(33,61 \cdot \frac{30}{60} \cdot 90 \right) \cdot 2 = 3\,024,9 \text{ грн.}$$

Заробітна плата за відрядно–прогресивною системою оплати праці:

$$З_{\text{від}}^{\text{прогр}} = 5\,041,5 + 3\,024,9 = 8\,066,4 \text{ грн.}$$

Задача 7.

Визначити величину заробітної плати оператора верстата з числовим програмним управлінням, що має III розряд (тарифний коефіцієнт – 1,35). За місяць робітник відпрацював 22 робочих дні, тривалість робочого дня 8 год.. Годинна тарифна ставка робітника I-го розряду – 22,41 грн./год. За своєчасне й якісне виконання планового завдання робітнику виплачується премія у розмірі 14 %. Розрахувати величину заробітної плати робітника, праця якого розраховується за почасово–преміальній системі оплати праці.

Розв'язання

1. Проста почасова заробітна плата:

$$З_{\text{пог}}^{\text{п}} = C_{\text{год}} \cdot T$$

де $C_{\text{год}}$ – годинна тарифна ставка робочого відповідного розряду, грн./год.;
 T – час, відпрацьований робітником за місяць, год..

Годинна тарифна ставка робітника III-го розряду:

$$C_{\text{III}} = C_{\text{I}} \cdot K_{\text{тариф}}$$

де $K_{\text{тариф}}$ – тарифний коефіцієнт переходу від I-го розряду до і-го розряду.

$$C_{\text{III}} = C_{\text{I}} \cdot K_{\text{тариф}} = 22,41 \cdot 1,35 = 30,25 \text{ грн./год}$$

$$З_{\text{пог}}^{\text{п}} = 30,25 \cdot 22 \cdot 8 = 30,25 \cdot 176 = 5324 \text{ грн.}$$

2. Почасово–преміальна система оплати праці:

$$З_{\text{пог.-прем}} = З_{\text{пог}}^{\text{п}} + З_{\text{пог}}^{\text{п}} \cdot K_{\text{доп.прем}}$$

$$З_{\text{пог.-прем}} = 5324 + 0,14 \cdot 5324 = 5324 + 745,36 = 6069,36 \text{ грн.}$$

Задача 8.

Визначити заробітну плату робітника-відрядника IV (тарифний коефіцієнт –1,5) за відрядно-преміальною системою оплати праці, якщо він за місяць (176 годин) виготовив 481 виріб. Норма часу на виготовлення однієї деталі – 25 хв. Годинна тарифна ставка для I розряду становить – 22,41 грн./год. Відсоток доплат за виконання плану становить 11 %, а відсоток доплат за кожен відсоток перевиконання плану становить 1,3%.

Розв'язання

1. Визначення прямої відрядної заробітної плати робітника:

$$З_{\text{від}}^{\text{п}} = C_{\text{год}} \cdot T_{\text{р}} \cdot N_{\text{міс}}$$

де $C_{\text{год}}$ – годинна тарифна ставка робочого відповідного розряду, грн./год.;

$T_{\text{р}}$ – трудомісткість обробки одиниці продукції, год.;

$N_{\text{міс}}$ – кількість продукції, що виготовлена робітником за місяць, шт.

Годинна тарифна ставка робітника IV-го розряду:

$$C_{\text{IV}} = C_{\text{I}} \cdot K_{\text{тариф}}$$

де $K_{\text{тариф}}$ – тарифний коефіцієнт переходу від I-го розряду до і-го розряду.

$$C_{\text{IV}} = C_{\text{I}} \cdot K_{\text{тариф}} = 22,41 \cdot 1,5 = 33,61 \text{ грн./год.}$$

$$З_{\text{від}}^{\text{п}} = 33,61 \cdot \frac{25}{60} \cdot 481 = 6\,736 \text{ грн.}$$

2. Визначення коефіцієнта преміальних доплат:

Визначення кількості продукції, що повинен виготовити робітник за планом:

$$N_{\text{міс пл}} = \frac{176}{\frac{25}{60}} = \frac{176}{0,42} = 419 \text{ шт.}$$

$$\% \text{ виконання плану} = \frac{481}{419} \cdot 100\% = 114,8 \%$$

План перевиконано на $114,8 - 100 = 14,8 \%$.

$$K_{\text{доп.прем.}} = 11 + 14,8 \cdot 1,3 = 11 + 19,2 = 30,2 \%$$

3. Визначення місячної заробітної плати робітника за відрядно-преміальною системою оплати праці:

$$З_{\text{від.-прем}} = З_{\text{від}}^{\text{п}} + З_{\text{від}}^{\text{п}} \cdot K_{\text{доп.прем}}$$

де $З_{\text{від}}^{\text{п}}$ – пряма відрядна заробітна плата робітника, грн;

$K_{\text{доп.прем}}$ – коефіцієнт доплат преміальних.

$$З_{\text{від.-прем}} = 6\,736 + 6\,736 \cdot 0,302 = 6\,736 + 2\,034,27 = 8\,770,27 \text{ грн.}$$

**Тема 9. Витрати підприємства. Собівартість продукції.
Класифікація витрат підприємства. Методи обліку і калькулювання
собівартості продукції (Лекційних занять – 6 годин)**

Лекція 16. Витрати підприємства. Собівартість продукції

План лекції

1. Поняття витрат підприємства
2. Поняття собівартості продукції

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник/* за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ,2009. 816 с.
2. *Економіка підприємства : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти /* Н. Ю. Рекова, Є. О. Підгора, В. В.Ровенська, В. С. Рижиков, О. В. Латишева, І. Ю. Єрфорт, Т. П. Гітис, І. І. Смирнова, С. В. Касьянюк. Краматорськ : ДДМА, 2021. 248 с. URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Ekonomika%20pidpriemstva_Pidgora_2%20\(2\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Ekonomika%20pidpriemstva_Pidgora_2%20(2).pdf).

1 Поняття витрат підприємства

Витрати підприємства – це сукупність виражених у грошовій формі витрат підприємства, пов'язаних з виробництвом продукції, наданням послуг, виконанням робіт.

Витрати за економічними елементами включають 5 елементів:

1. Матеріальні витрати.
2. Витрати на оплату праці.
3. Єдиний соціальний внесок.
4. Амортизація основних засобів.
5. Інші витрати.

$$V = MB + ОП + ЄСВ + А + Ін. \quad (1)$$

Витрати за економічними елементами формуються **на весь обсяг** продукції, що випускається підприємством.

В елемент «Матеріальні витрати» входить вартість всіх видів сировини, матеріалів, комплектуючих, напівфабрикатів, палива, енергії, будівельних матеріалів, запасних частин, необхідних для виготовлення продукції.

В елементі «Витрати на оплату праці» відображаються витрати на оплату праці всього персоналу підприємства з надбавками і доплатами до тарифних ставок і посадових окладів, премії, матеріальна допомога, інші витрати на оплату праці всього персоналу підприємства (робітники, керівники, професіонали, спеціалісти, технічні службовці).

В елементі «Єдиний соціальний внесок» відображаються відрахування в Єдиний соціальний внесок від заробітної плати для всіх категорій персоналу.

В елемент «Амортизація» входить величина амортизаційних відрахувань для всіх груп основних засобів та нематеріальних активів підприємства.

До елементу «Інші витрати» належать:

- витрати на відрядження;
- витрати на страхування майна;
- винагороди за винахідництво і раціоналізацію;
- оплата послуг зв'язку;
- витрати з техніки безпеки та охорони праці;
- орендна плата;
- витрати на сторожову і протипожежну охорону;
- витрати на підготовку кадрів.

2 Поняття собівартості продукції

Собівартість продукції – це синтетичний показник, який характеризує виражені в грошовій формі поточні витрати підприємства на підготовку до виробництва і виробництво продукції.

Калькулювання собівартості – це процес послідовного визначення витрат на виробництво одиниці продукції шляхом додавання всіх складових собівартості.

Калькуляція собівартості складається **на одиницю продукції** (1 шт., тону, м, м², м³).

Основним нормативним документом формування витрат і собівартості продукції є Стандарт № 16 «Витрати» Національних стандартів бухгалтерського обліку.

Статті калькуляції собівартості.

1. Сировина і матеріали ($M = \sum N_i \cdot C_i$).
2. Зворотні відходи (віднімаються).
3. Куплені напівфабрикати і комплектуючі.
4. Паливо й енергія для технологічних цілей.
5. Основна заробітна плата основних виробничих робітників ($Z_o = T_p \cdot C_{год}$).
6. Додаткова заробітна плата основних виробничих робітників ($Z_d = \% \text{ от } Z_o$).
7. Єдиний соціальний внесок ($ЄСВ = \% \text{ от } (Z_o + Z_d)$).
8. Загальновиробничі витрати ($Z_{ВВ} = \% \text{ от } Z_o$).

У результаті підсумку всіх статей калькуляції розраховується **виробнича собівартість** одного виробу (одиниці продукції).

$$C_{\text{вир}} = M - \text{Від} + \text{НФ} + \text{П(Е)} + \text{З}_o + \text{З}_d + \text{ЄСВ} + \text{ЗВВ}. \quad (2)$$

Якщо до виробничої собівартості продукції додати адміністративні витрати і витрати на збут, то будуть отримані **операційні витрати**.

$$B_{\text{оп}} = C_{\text{вир}} + \text{АВ} + \text{ВС}. \quad (3)$$

До статті калькуляції **«Сировина і матеріали»** відносять вартість: сировини і матеріалів, необхідних для виготовлення продукції; вартість малоцінних і швидкозношуваних предметів зі строком експлуатації до одного року або одного виробничого циклу, якщо він перевищує один рік; і напівфабрикатів власного виробництва.

У статтю калькуляції **«Куплені напівфабрикати і комплектуючі вироби, роботи і послуги виробничого характеру сторонніх підприємств і організацій»** включають вартість: покупних напівфабрикатів і готових комплектуючих виробів, придбаних для комплектування продукції, що випускається, які потребують додаткових витрат праці з їх обробки або складання; робіт і послуг виробничого характеру, які виконуються сторонніми підприємствами.

До статті калькуляції **«Паливо та енергія на технологічні цілі»** відносяться витрати на всі види палива та енергії (як одержані від сторонніх підприємств і організацій, а також виготовлені самим підприємством), які безпосередньо використовуються у процесі виробництва продукції.

У статті калькуляції **«Зворотні відходи»** відображають вартість зворотних відходів, яка вираховується із загальної суми матеріальних витрат, віднесених на собівартість продукції.

До статті калькуляції **«Основна заробітна плата»** відносяться витрати на виплату основної заробітної плати, розрахованої і нарахованої відповідно до прийнятих підприємством систем оплати праці у вигляді тарифних ставок (окладів), відрядних розцінок для робітників, зайнятих виробництвом продукції.

До статті калькуляції **«Додаткова заробітна плата»** відносяться витрати на виплату працівникам, що заняті виробництвом продукції, додаткової заробітної плати, нарахованої за працю понад встановлені норми, за трудові досягнення і винахідницьку діяльність, особливі умови праці. Вона включає доплати, надбавки, гарантійні та компенсаційні виплати, передбачені законодавством, премії, пов'язані з виконанням виробничих завдань і функцій.

У статтю калькуляції **«Єдиний соціальний внесок»** включають відрахування на пенсійне забезпечення, відрахування до Фонду соціального страхування на випадок непрацездатності, страхові внески на

випадок безробіття, відрахування на індивідуальне страхування персоналу підприємства, відрахування на інші соціальні заходи.

Стаття «Загальновиробничі витрати (ЗВВ)» є комплексною і включає 2 підстатті:

- 1) Витрати на утримання та експлуатацію устаткування.
- 2) Витрати на управління та обслуговування виробництва.

До складу витрат на утримання та експлуатацію устаткування входять:

- амортизація устаткування й транспортних засобів;
- заробітна плата з відрахуваннями в ЄСВ допоміжних робітників, які обслуговують устаткування (слюсарів-електриків, слюсарів-наладчиків, слюсарів-ремонтників);
- вартість усіх видів енергії, необхідної для приведення в рух устаткування;
- запасні частини для ремонту устаткування;
- вартість допоміжних матеріалів для обслуговування устаткування (мастильні матеріали, емульсії, ганчір'я);
- вартість технологічної води;
- орендна плата за використання основних засобів технологічного призначення;
- витрати на внутрішньозаводське переміщення вантажів (паливно-мастильні матеріали, запасні частини транспортних засобів, заробітна плата з відрахуваннями в ЄСВ транспортних робітників).

До складу витрат на управління та обслуговування виробництва входять:

- витрати на оплату праці керівників, спеціалістів, технічних службовців цеху;
- оплата відряджень персоналу цеху;
- амортизація будівель, споруд, інвентарю та нематеріальних активів цехового призначення;
- витрати на винахідництво, раціоналізацію, удосконалення технології та організації виробництва;
- витрати цеху на технічний контроль продукції;
- витрати на охорону праці;
- витрати на протипожежну і сторожову охорону цеху;
- витрати на зв'язок;
- платежі за обов'язковим страхуванням.

Загальновиробничі витрати поділяються на змінні і постійні.

Змінні ЗВВ змінюються зі зміною обсягу продукції, що випускається. Це в основному складові витрат на утримання та експлуатацію устаткування: заробітна плата допоміжних робітників, витрати на ремонт, на внутрішньозаводське переміщення вантажів.

Постійні ЗВВ не змінюються зі зміною обсягу виробництва. Це витрати на управління та обслуговування цеху, амортизація устаткування, транспортних засобів.

$$ЗВВ_{1\text{вир}} = \%ЗВВ \cdot З_0 \left[\frac{\text{грн.}}{\text{шт}} \right], \quad (4)$$

$$\%ЗВВ = \frac{\Sigma ЗВВ}{\Sigma \text{Основна заробітна плата основних виробничих робітників}} \cdot 100\%, [\%] \quad (5)$$

$$\text{ОПР}_{1\text{вир}} = \frac{\text{Кошторис ЗВВ (за рік; місяць)}}{\text{Обсяг виробництва у натуральному виразі (за рік; місяць)}} \left[\frac{\text{грн.}}{\text{шт}} \right]. \quad (6)$$

Крім загальновиробничих витрат, які пов'язані з роботою конкретного цеху або певного виробництва, в діяльності підприємства присутні адміністративні витрати, які пов'язані з роботою всього підприємства у цілому, і витрати на збут, пов'язані з реалізацією продукції.

До складу **адміністративних витрат** входять:

- витрати на утримання апарату управління підприємством та служб загальногосподарського призначення (відділи головного конструктора, технолога, бухгалтерія, управління праці та заробітної плати, планово-економічне управління, відділ кадрів та ін.), у тому числі заробітна плата з відрахуваннями керівників, професіоналів, спеціалістів, технічних службовців, що відносяться до підприємства у цілому;

- витрати на службові відрядження;

- витрати на утримання основних засобів загальногосподарського призначення;

- амортизація основних засобів і нематеріальних активів загальногосподарського призначення;

- витрати на зв'язок.

$$АВ_{1\text{вир}} = \%АВ \cdot С_{\text{вир.1 вир}} \left[\frac{\text{грн.}}{\text{шт}} \right], \quad (7)$$

$$\%АВ = \frac{\Sigma АВ}{С_{\text{вир.1 вир}} \cdot N} \cdot 100\% [\%]. \quad (8)$$

Витрати на збут включають:

- оплата праці та комісійні винагороди продавців, торгових агентів і працівників підрозділу збуту (відділу збуту);

- витрати на пакувальні матеріали;

- витрати на рекламу та маркетинг;

- витрати на відрядження працівників збуту;

- витрати на утримання основних засобів, пов'язаних зі збутом, у тому числі їх амортизація;

- витрати на передпродажну підготовку товару;

- витрати на транспортування, страхування готової продукції;

- витрати на гарантійний ремонт і гарантійне обслуговування.

$$BZ_{1\text{вир}} = \%BZ \cdot C_{\text{вир.1 вир}} \left[\frac{\text{грн.}}{\text{шт}} \right], \quad (9)$$

$$\%BZ = \frac{\Sigma BZ}{C_{\text{вир.1 вир}} \cdot N} \cdot 100\% [\%]. \quad (10)$$

У відповідності до Національних Стандартів бухгалтерського обліку (НСБО) розрізняють виробничу собівартість і собівартість реалізованої продукції:

Виробнича собівартість ($C_{\text{вир}}$) = Прямі матеріальні витрати (МВ) + Прямі витрати на оплату праці (ОТ) + Інші прямі витрати, у т.ч. відрахування в ЄСВ + Змінні загальновиробничі витрати і частина постійних розподілених ЗВВ ($ZBV_{\text{зм}}$);

(11)

Собівартість реалізованої продукції (C_p) = Виробнича собівартість ($C_{\text{вир}}$) + Наднормативні виробничі витрати (НВВ) + Нерозподілені постійні ЗВВ ($ZBV_{\text{пост}}$).

(12)

Нерозподілені постійні загальновиробничі витрати виникають у тому випадку, якщо частина виготовленої продукції не буде реалізована та залишиться на складі підприємства (витрати на винахідництво, рекламу, зв'язок, відрядження).

Наднормативні виробничі витрати виникають у тому випадку, якщо підприємство у своїй діяльності перевищить норми планування.

Лекція 17. Класифікація витрат підприємства. Показники оцінки витратомісткості виробництва

План лекції

1. Класифікація витрат підприємства
2. Показники оцінки витратомісткості виробництва

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник*/ за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ,2009. 816 с.

2. *Економіка підприємства : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти / Н. Ю. Рекова, Є. О. Підгора, В. В.Ровенська, В. С. Рижиков, О. В. Латишева, І. Ю. Єрфорт, Т. П. Гітис, І. І. Смирнова, С. В. Касьянюк. Краматорськ : ДДМА, 2021. 248 с.*
 URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20\(2\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20(2).pdf).

1 Класифікація витрат підприємства

1. У залежності від обсягу виробництва витрати можуть бути змінними і постійними.

Змінні (умовно-змінні) – це витрати, які змінюються зі зміною обсягу продукції, що випускається.

До них відносяться: витрати на матеріали, заробітна плата основних робітників-відрядників, витрати на технологічну енергію.

Постійні витрати (умовно-постійні) – це витрати, які не змінюються зі зміною обсягу виробництва.

До них відносяться: заробітна плата керівників, професіоналів, спеціалістів, технічних службовців, робітників, праця яких оплачується за почасовою системою; амортизація основних засобів і нематеріальних активів; витрати на електроенергію для освітлення приміщень, витрати на опалення приміщень.

2. За способом віднесення на собівартість конкретного виробу витрати діляться на прямі і непрямі.

Прямі витрати – це витрати, які безпосередньо пов'язані з виробництвом конкретного виду продукції. Наприклад, прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці.

Непрямі витрати – це витрати, пов'язані з виробництвом всіх видів продукції, що виготовляються в цеху, які визначаються загальною сумою і не можуть прямо відноситись на той чи інший вид продукції. До них відносяться загальновиробничі витрати.

Непрямі витрати не можуть бути розраховані безпосередньо на одиницю продукції, їх необхідно розділити між всією продукцією, що виготовляється в цеху в залежності від певної бази розподілу. На практиці такою базою розподілу непрямих витрат виступає основна заробітна плата основних виробничих робітників.

3. За ступенем однорідності витрати поділяються на:

Одноелементні – всі прямі витрати.

Комплексні витрати – загальновиробничі витрати, адміністративні витрати, витрати на збут.

4. У залежності від видів діяльності розрізняють такі види витрат:

– витрати, пов'язані зі звичайною діяльністю – виникають при функціонуванні підприємства в звичайних умовах;

– витрати, пов'язані з надзвичайною діяльністю – виникають при аваріях, техногенних катастрофах, пожежах, повенях.

У свою чергу витрати, пов'язані зі звичайною діяльністю включають:

– витрати операційної діяльності (витрати основної діяльності, адміністративні витрати, витрати на збут, витрати іншої операційної діяльності);

– витрати фінансової діяльності;

– витрати інвестиційної діяльності;

– витрати іншої звичайної діяльності.

2 Показники оцінки витратомісткості виробництва

1. Матеріаломісткість виробництва – показник, який характеризує суму матеріальних витрат в обсязі всієї виготовленої підприємством продукції.

$$M_m = \frac{M}{O}, \quad (1)$$

де M – матеріальні витрати (сировина, матеріали, напівфабрикати), необхідні для виготовлення певної продукції, грн;

O – обсяг виготовленої підприємством продукції у вартісному вираженні, грн.

2. Енергомісткість виробництва – показник, що характеризує суму витрат на оплату енергоресурсів (E) в обсязі всієї виготовленої продукції.

$$E_m = \frac{E}{O}. \quad (2)$$

3. Зарплатомісткість виробництва – показник, що характеризує суму витрат на оплату праці виробничо-промислового персоналу підприємства (фонд оплати праці) в обсязі всієї виготовленої підприємством продукції.

$$ЗП_m = \frac{\text{ФОП}}{O}. \quad (3)$$

4. Витрати на 1 грн продукції обчислюються шляхом ділення собівартості продукції (C) на обсяг всієї виготовленої продукції у вартісному вираженні (O). ($V_{1 \text{ грн.}} < 1$).

$$V_{1 \text{ грн.}} = \frac{C}{O}. \quad (4)$$

Лекція 18. Методи обліку та калькулювання собівартості продукції. Напрями зниження собівартості продукції

План лекції

1. Методи обліку та калькулювання собівартості продукції
2. Напрями зниження собівартості продукції

Завдання на самостійну роботу студента

1. Система управління витратами

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник/* за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ,2009. 816 с.
2. *Економіка підприємства : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти /* Н. Ю. Рекова, Є. О. Підгора, В. В.Ровенська, В. С. Рижиков, О. В. Латишева, І. Ю. Єрфорт, Т. П. Гітис, І. І. Смирнова, С. В. Касьянюк. Краматорськ : ДДМА, 2021. 248 с. URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Ekonomika%20pidpriemstva_Pidgora_2%20\(2\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Ekonomika%20pidpriemstva_Pidgora_2%20(2).pdf).

1 Методи обліку та калькулювання собівартості продукції.

Метод обліку витрат на виробництво та калькулювання собівартості продукції – це сукупність прийомів організації документування та відображення виробничих витрат, що забезпечують визначення фактичної собівартості окремих видів продукції і необхідну інформацію для контролю за цим процесом.

Вибір методу калькулювання собівартості продукції пов'язаний з технологією виробництва, його організацією, особливостями продукції, що випускається.

У світовій практиці виділяють два методи калькулювання в залежності від повноти охоплення витрат;

- 1) за повними витратами;
- 2) за неповними (прямими) витратами.

Метод калькулювання за повними витратами полягає в тому, що всі види витрат, які стосуються як процесу виробництва, так і адміністративні витрати, і витрати на збут, включаються в калькуляцію, тобто повністю відносяться на собівартість продукції.

При системі повного включення витрат формуються операційні витрати на виробництво продукції.

$$B_{\text{оп}} = C_{\text{вир}} + AB + BЗ, \quad (1)$$

де $C_{\text{вир}}$ – виробнича собівартість продукції;

AB – адміністративні витрати ($AB = \% \text{ від } C_{\text{вир}}$);

$BЗ$ – витрати на збут ($BЗ = \% \text{ від } C_{\text{вир}}$).

Метод повного включення витрат найбільш часто застосовується на українських підприємствах; ґрунтується на розподілі всіх витрат, що виникають при виробництві, за всіма видами продукції, що виготовляються.

Метод калькулювання за неповними (прямими) витратами називають також методом «директ-костинг». Цей метод заснований на поділі витрат на змінні та постійні.

При методі «директ-костинг» враховується обмежена (усічена) собівартість, в яку включаються тільки прямі (змінні) витрати, а частка

постійних витрат списується безпосередньо на рахунок реалізації з отриманого прибутку.

Порядок дій при застосуванні системи «директ-костинг».

I Усі витрати поділяються на змінні та постійні.

II Складається звіт про прибутки та збитки, який має вигляд:

1. Виручка від реалізації продукції (В):

$$B = N \cdot C_{1\text{прод}}, \quad (2)$$

де N – кількість реалізованої продукції, шт.;

$C_{1\text{прод}}$ – ціна одиниці продукції, грн.

2. Мінус змінні витрати ($B_{\text{зм}}$):

$$B_{\text{зм}} = N \cdot B_{\text{зм.1прод}}. \quad (3)$$

3. Маржинальний прибуток (МП):

$$\text{МП} = B - B_{\text{зм}}, \quad (4)$$

$$\text{МП} = \text{ОП} + B_{\text{пост}}. \quad (5)$$

4. Мінус постійні витрати на весь обсяг реалізованої продукції ($B_{\text{пост}}$).

5. Операційний прибуток (ОП):

$$\text{ОП} = \text{МП} - B_{\text{пост}}. \quad (6)$$

III Собівартість виготовлених та реалізованих товарів розраховується на основі лише змінних витрат.

IV Постійні витрати покриваються за рахунок маржинального прибутку.

Калькулювання на рівні прямих (змінних) витрат, що здійснюється в системі «директ-костинг», значно підвищує точність калькуляцій. Оскільки в них включаються тільки витрати, безпосередньо пов'язані з виробництвом даного виробу.

Метод «директ-костинг» є невід'ємною частиною управлінського обліку; ґрунтується на обліку конкретних виробничих витрат; всі постійні витрати відносяться на фінансовий результат і не розподіляються за видами продукції; дає можливість здійснювати аналіз беззбитковості; дає можливість гнучкого підходу до процесу ціноутворення; дає можливість визначити прибуток, який приносить продаж кожної додаткової одиниці продукції і, відповідно, планувати ціни і знижки на певний обсяг продажів.

Сучасні правила бухгалтерського обліку передбачають калькулювання тільки виробничої собівартості, тобто застосування методу калькулювання за прямими (неповним) витратами.

Однак обґрунтування ціни одиниці продукції завжди базується на операційних (повних) витратах.

Тому на підприємстві необхідно використовувати обидва методи калькулювання:

- за прямими (неповним) витратами – для цілей бухгалтерського обліку та формування фінансової звітності;

- за повними витратами – для цілей управлінського обліку, аналізу і планування витрат, формування цінової політики підприємства.

За об'єктами обліку витрат виділяють два основні методи калькуляції витрат [5]:

- позамовний метод;

- попроцесний (попередільний) метод.

При **позамовному методі калькулювання витрат** об'єктом калькулювання є окреме замовлення, які виконуються відповідно до особливих вимог замовника.

Основна область застосування позамовного методу – це індивідуальне і дрібносерійне виробництво, а також допоміжні виробництва.

При цьому методі витрати акумулюються на індивідуальній основі для кожного замовлення, що виконується на підприємстві. Основним обліковим документом для цієї інформації є «Картка обліку витрат на виконання замовлення» чи «Калькуляційна картка», яка заповнюється в індивідуальному порядку для кожного замовлення і регулярно коригується відповідно до різних витрат, що виникають у зв'язку з конкретним замовленням.

На кожне замовлення нараховується своя частка загальновиробничих витрат підприємству по мірі проходження замовлення через різні виробничі центри витрат підприємства (цехи).

Після виконання замовлення в калькуляційній картці обліку витрат включаються також адміністративні витрати та витрати на збут.

Потім бухгалтерія порівнює узгоджену продажну ціну з сумарними витратами на виконання замовлення, щоб визначити прибуток від даного замовлення.

Різновидом позамовного методу є поконтрактний метод калькулювання. Цей метод застосовується в тих випадках, коли замовлення є великомасштабними, для їх виконання потрібно тривалий період часу. Такі замовлення і називаються контрактами. Часто із співробітниками укладають трудовий договір теж на час дії контракту.

Попроцесний, або попередільний, метод використовується для встановлення середньої собівартості партії однакових одиниць виробів за певний період часу.

Цей метод застосовується в тих випадках, коли неможливо встановити витрати, пов'язані з окремими одиницями продукції у зв'язку з безперервним характером виробництва. Наприклад, 1 тонна вугілля, 1 кубометр газу. Вугілля здобувають безперервно, і кожна тонна має ті ж характеристики, що й попередня. Вважається, що в тому випадку, коли використовується попроцесний метод, всі виготовлені одиниці продукції призначені для створення запасів. Продаж продукції відбувається за рахунок цього запасу однорідних товарів.

У цьому методі всі витрати підприємства за певний період часу додаються і діляться на кількість продукції, виготовленої за цей час, отримують *середній показник витрат виробництва у розрахунку на одиницю продукції*.

Зазвичай виробництво продукції підприємства включає кілька виробничих процесів (переділів). Для обліку витрат відкриваються окремі «рахунки процесів» для кожного процесу і накопичення всіх витрат по процесу на цих рахунках: заготівельний процес (переділ) – механообробний – складальний.

По мірі виробництва виробу етап виходу продукції одного процесу стає етапом введення для іншого і маючи рахунки процесів можна визначити витрати для кожного процесу.

Окремо виділяють нормативний метод обліку витрат або метод «стандарт-кост».

2 Напрями зниження собівартості продукції

Напрямки зниження собівартості групуються в систему напрямків, яка входить в комплексну програму зі зниження витрат на підприємстві.

1. Комплекс напрямків щодо більш раціонального використання матеріальних ресурсів:

- впровадження нової техніки і безвідходних технологій;
- впровадження прогресивних норм і нормативів використання матеріальних ресурсів, удосконалення нормативної бази підприємства;
- впровадження і використання більш прогресивних матеріалів;
- використання відходів виробництва;
- поліпшення якості продукції та зниження відсотка браку.

2. Напрями, пов'язані з досягненням оптимального розміру підприємства, що дозволяють мінімізувати витрати залежно від обсягу виробництва.

3. Напрями, пов'язані з поліпшенням використання основних засобів:

- позбавлення підприємства від зайвих основних засобів;
- передача майна в оренду;
- поліпшення якості обслуговування і ремонту основних засобів;

– забезпечення оптимального завантаження устаткування.

4. Напрями, пов'язані з поліпшенням використання трудових ресурсів:

– визначення та збереження оптимальної чисельності персоналу;
– підвищення рівня кваліфікації персоналу у цілому, і того, який обслуговує устаткування;

– забезпечення принципу зростання продуктивності праці більш високими темпами у порівнянні з темпами зростання середньої заробітної плати;

– використання прогресивних систем і форм оплати праці;

– поліпшення умов праці;

– механізація і автоматизація усіх процесів;

– впровадження мотиваційного механізму праці працівників.

5. Напрями, пов'язані з удосконаленням організації виробництва та праці:

– впровадження наукової організації праці;

– удосконалення організаційної структури управління підприємством.

ТЕСТИ

До адміністративних витрат відносяться такі витрати:

1. витрати на службові відрядження та утримання апарату управління підприємством та іншого загальногосподарського персоналу;
2. витрати на утримання основних засобів, інших матеріальних необоротних активів, пов'язаних зі збутом продукції, товарів, робіт і послуг;
3. витрати на ремонт тари;
4. витрати на утримання основних засобів, інших матеріальних необоротних активів загальногосподарського використання;
5. винагороди за професійні послуги (юридичні, аудиторські, консалтингові, з оцінки майна тощо);
6. витрати на зв'язок (поштові, телеграфні, витрати на телекс, факс тощо) загальногосподарського призначення;

Витрати на збут включають такі витрати:

1. витрати від знецінення запасів;
2. витрати пакувальних матеріалів для затарювання готової продукції на складах готової продукції;
3. собівартість реалізованої іноземної валюти;
4. витрати на ремонт тари;
5. оплата праці та комісійні винагороди продавцям, торговим агентам та працівникам підрозділів, які забезпечують збут;

6. витрати на рекламу та дослідження ринку (маркетинг);

Витрати – однорідні за складом, мають єдиний економічний зміст, є первинними. До них можна віднести витрати на сировину і матеріали або заробітну плату персоналу підприємства – це:

1. комплексні витрати;
2. змінні витрати;
3. одноелементні витрати;
4. непрямі витрати;

Витрати різноманітні за складом і охоплюють декілька елементів витрат – це:

1. комплексні витрати;
2. одноелементні витрати;
3. змінні витрати;
4. непрямі витрати;

Витрати, які безпосередньо пов'язані з виготовленням певного виду продукції, їх безпосередньо можна обчислити на одиницю продукції – це:

1. комплексні витрати;
2. прямі витрати;
3. непрямі витрати;

Витрати, величину яких не можна безпосередньо обчислити на одиницю продукції, тому що вони пов'язані з виробництвом різних видів продукції (наприклад, заробітна плата обслуговуючого та управлінського персоналу, витрати на утримання та експлуатацію будівель, споруд) – це:

1. прямі витрати;
2. непрямі витрати;
3. одноелементні витрати;

Витрати, які є функцією часу, а не обсягу продукції, їх загальна сума не залежить від кількості виготовленої продукції в певних межах:

1. комплексні витрати;
2. одноелементні витрати;
3. постійні витрати;
4. змінні витрати;

Витрати, загальна сума яких протягом певного часу залежить від обсягу виготовленої продукції, – це:

1. постійні витрати;
2. комплексні витрати;
3. змінні витрати;
4. одноелементні витрати;

Витрати, які регулярно здійснюються щомісяця, – це:

1. довгострокові витрати;
2. поточні витрати;
3. одноразові витрати;

Витрати, які спрямовані на забезпечення функціонування процесу виробництва протягом тривалого часу і які здійснюються не кожен місяць – це:

1. поточні витрати;
2. довгострокові витрати;
3. одноразові витрати;

Витрати, які передбачені технологією і організацією виробництва, – це:

1. продуктивні витрати;
2. непродуктивні витрати;
3. позапланові витрати;

Необов'язкові витрати, які виникають в результаті певних недоліків організації виробництва, порушення технології тощо – це:

1. продуктивні витрати;
2. непродуктивні витрати;
3. витрати на оплату праці;

Собівартість на одиницю виробу розраховується на підставі:

1. калькуляції;
2. кошторису;
3. суми витрат за економічними елементами;

Собівартість обсягу виробництва розраховується на підставі:

1. суми витрат за економічними елементами;
2. калькуляції;
3. кошторису загальновиробничих витрат;

Собівартість одиниці продукції калькулюється на підставі наступних складових:

1. статей калькуляцій;
2. елементів витрат;
3. суми податку на додану вартість та акцизного збору;

До елементів витрат відносять:

1. адміністративні витрати;
2. матеріальні витрати;
3. витрати на оплату праці;
4. єдиний соціальний внесок;
5. амортизацію основних засобів;

6. витрати від іншої операційної діяльності;
7. інші витрати;

До статті калькуляції «Сировина і матеріали» включають вартість:

1. електроенергії, необхідної для приведення в дію виробничого устаткування;
2. сировини і матеріалів, необхідних для виготовлення продукції;
3. малоцінні і швидко зношуванні предмети зі строком експлуатації до одного року або одного виробничого циклу, якщо він перевищує один рік;

До статті калькуляції «Придбані напівфабрикати і комплектуючі вироби, роботи і послуги виробничого характеру сторонніх підприємств і організацій» включають:

1. амортизаційні відрахування від вартості виробничого устаткування;
2. вартість придбаних напівфабрикатів та готових комплектуючих виробів;
3. витрати на транспорт загальновиробничого призначення;

До статті калькуляції «Паливо та енергія для технологічних цілей» відносяться витрати:

1. на всі види палива та енергії (як одержані від сторонніх підприємств і організацій, так і виготовлених самим підприємством) що безпосередньо використовується в процесі виробництва продукції;
2. на придбані напівфабрикати та готові комплектуючі вироби;
3. на амортизаційні відрахування від вартості виробничого устаткування;

До статті калькуляції «Основна заробітна плата» відносяться витрати на:

1. амортизаційні відрахування від вартості виробничого устаткування;
2. виплати основної заробітної плати, обчисленої згідно з прийнятими підприємством системами оплати праці у вигляді тарифних ставок, відрядних розцінок для робітників зайнятих виробництвом продукції;
3. зменшення або збільшення витрат, які відшкодовуються із загальної суми матеріальних витрат, віднесених на собівартість продукції;

До статті калькуляції «Додаткова заробітна плата» відносяться витрати на виплату робітникам, зайнятим виробництвом продукції:

1. обслуговуванням, управлінням виробництвом (зарплата апарату управління, оплата службових відряджень, інформаційного забезпечення);
2. додаткової заробітної плати, нарахованої за працю понад установлені норми, за трудові успіхи та винахідницьку діяльність, особливі умови праці;
3. відрахування на індивідуальне страхування та інші соціальні заходи;

До статті калькуляції «Загальновиробничі витрати» відносяться витрати на:

1. виплати основної заробітної плати, обчисленої згідно з прийнятими підприємством системами оплати праці у вигляді тарифних ставок, відрядних розцінок для робітників зайнятих виробництвом продукції;
2. обслуговування, управління виробництвом (зарплата апарату управління, оплата службових відряджень, інформаційного забезпечення);
3. амортизацію основних і допоміжних виробничих засобів та інших необоротних активів, які беруть участь у виробництві продукції;
4. витрати на транспорт загальновиробничого призначення;
5. витрати на охорону і зв'язок;

Калькуляція собівартості продукції складається:

1. на калькуляційну одиницю;
2. в розрізі комплексних статей;
3. за статтями витрат;

Вкажіть витрати, які не залежать від обсягу виробництва:

1. валові;
2. змінні;
3. постійні;
4. граничні;
5. прямі;

Назвіть витрати, які залежать від обсягу виробництва:

1. валові;
2. граничні;
3. змінні;
4. постійні;

До групування витрат за економічними елементами відносять витрати на:

1. паливо і енергію на технологічні цілі;
2. основну зарплату виробничих робітників;
3. амортизацію основних засобів;
4. додаткову зарплату виробничих робітників;

До групування витрат за статтями калькуляції відносять:

1. сировина і матеріали;
2. амортизація основних засобів;
3. основна заробітна плата основних виробничих робітників;
4. паливо і енергію на технологічні цілі;
5. допоміжні матеріали;

До змінних витрат відносять:

1. матеріальні витрати;
2. амортизаційні відрахування;
3. зарплата керівників, спеціалістів, технічних службовців;

Які елементи не включають у виробничу собівартість продукції відповідно до НСБО 16 «Витрати»:

1. нерозподілені постійні загальновиробничі витрати;
2. прямі матеріальні витрати;
3. прямі витрати на оплату праці;
4. інші прямі витрати;
5. змінні загальновиробничі та постійні розподілені загальновиробничі витрати;

Які витрати з наведених нижче не відносять до прямих матеріальних витрат:

1. плата за оренду;
2. вартість сировини і основних матеріалів;
3. вартість напівфабрикатів і комплектуючих виробів;
4. вартість допоміжних матеріалів;

Які елементи не включаються в собівартість реалізованої продукції:

1. виробнича собівартість продукції (робіт, послуг), яка була реалізована протягом звітного періоду;
2. витрати на збут продукції;
3. нерозподілені постійні загальновиробничі витрати;
4. наднормативні виробничі витрати;

Операційні витрати – це:

1. суми виробничої собівартості, адміністративних витрат і витрат на збут;
2. сума всіх виплат підприємства постачальникам за ті ресурси, які були використані;
3. грошові платежі постачальникам ресурсів, оплата сировини, палива, заробітна плата, амортизаційні відрахування;

Витрати підприємства поділяються на прямі і непрямі за:

1. можливістю віднесення на виробництво конкретного виду продукції;
2. економічним характером витрат;
3. ступеню їх однорідності;
4. реакцією витрат на зміну обсягу виробництва;

Витрати, загальна сума яких за певний час залежить від обсягу виготовленої продукції, називаються:

1. постійними;
2. змінними;
3. прямими,
4. непрямими;

Змінні витрати – це:

1. витрати, загальна сума яких за певний час залежить від обсягу виготовленої продукції;
2. витрати, безпосередньо пов'язані з виробництвом певного різновиду продукції;
3. витрати, загальна сума яких за певний час не залежить від обсягу виготовленої продукції;

До непрямих витрат належать:

1. адміністративні витрати;
2. загальновиробничі витрати;
3. єдиний соціальний внесок;

До комплексних витрат не відноситься:

1. зворотні відходи;
2. загальновиробничі витрати;
3. адміністративні витрати;
4. витрати на збут;

Витрати підприємства складаються з:

1. витрат на матеріали, амортизаційних відрахувань, витрат на оплату праці, інших витрат, відрахувань на єдиний соціальний внесок;
2. податків, заробітної плати, амортизаційних відрахувань, підприємницького прибутку;
3. відсотка за кредитом, заробітної плати, податку з прибутку, амортизаційних відрахувань;
4. витрат на відрядження та представницьких витрат, вартості матеріалів, податку з прибутку, прибуткового податку;

До групування витрат за економічними елементами не належать витрати на:

1. витрати на матеріали;
2. основну заробітну плату виробничих робітників;
3. загальновиробничі витрати;
4. додаткову заробітну плату виробничих робітників;
5. амортизацію основних засобів;

Калькуляція – це обчислення собівартості:

1. окремих виробів;
2. валової продукції;
3. товарної продукції;
4. реалізованої продукції;

Які витрати не включають до виробничої собівартості продукції:

1. вартість палива і енергії на виробництво продукції;
2. вартість сировини та допоміжних матеріалів;

3. витрати на збут продукції;
4. загальновиробничі витрати;

До змінних витрат належать:

1. заробітна плата апарату управління;
2. сировина і основні матеріали;
3. покупні напівфабрикати;
4. паливо і енергія на технологічні цілі;
5. амортизаційні відрахування;
6. податок з власників транспортних засобів;

До складу елемента «Матеріальні витрати» не включається вартість:

1. амортизації основних засобів;
2. сировини і основних матеріалів;
3. палива і енергії;
4. запасних частин;

Калькуляційними статтями витрат є:

1. матеріальні витрати;
2. амортизація;
3. витрати на оплату праці;
4. витрати на паливо і енергію на технологічні цілі;
5. загальновиробничі витрати;

Витрати, які не включаються до виробничої собівартості:

1. адміністративні витрати;
2. витрати на збут;
3. витрати на сировину і основні матеріали;
4. заробітна плата основних виробничих робітників;
5. амортизаційні відрахування;

До складу загальновиробничих витрат не включаються:

1. витрати на службові відрядження і утримання апарату управління підприємством;
2. витрати на опалення, освітлення, водопостачання, водовідведення та інше утримання виробничих приміщень;
3. витрати на управління виробництвом;
4. витрати на охорону праці, техніку безпеки;

Витрати економічного елемента «Амортизаційні відрахування» можуть бути в складі калькуляційної статті:

1. загальновиробничі витрати;
2. сировина і матеріали;
3. основна заробітна плата робітників;
4. єдиний соціальний внесок.

ЗАДАЧІ

Задача 1.

Визначити виробничу собівартість й операційні витрати виробу А. Для виробництва виробу використовуються основні матеріали в сумі 34 грн. При виробництві виникають зворотні відходи в сумі – 2 грн. Допоміжні матеріали для виробництва виробу – 3,6 грн., напівфабрикати – 8,4 грн. Вартість палива, що витрачається при виготовленні виробу за технологією – 12 грн., витрати на електроенергію – 7,5 грн. Основна заробітна плата, що нараховується основним робітникам за виготовлення виробу, становить – 15 грн. додаткова заробітна плата основних робітників – 6%. Єдиний соціальний внесок – 22 %. Загальновиробничі витрати по виробництву становлять – 370 %. Адміністративні витрати по підприємству – 16%. Витрати на збут – 3%.

Розв'язання

Калькуляція виготовлення виробу А.

1. Основні матеріали – 34 грн.
2. Зворотні відходи – 2 грн.
3. Допоміжні матеріали – 3,6 грн.
4. Покупні напівфабрикати – 8,4 грн.
5. Паливо – 12 грн.
6. Електроенергія – 7,5 грн.
7. Основна заробітна плата основних робітників (Z_0): 15 грн.
8. Додаткова заробітна плата основних робітників: $Z_d = \% \text{ от } Z_0 = 0,06 \cdot 15 = 0,9$ грн.
9. Єдиний соціальний внесок: $\text{ЄСВ} = \% \text{ от } (Z_0 + Z_d) = 0,22 \cdot (15 + 0,9) = 3,5$ грн.
10. Загальновиробничі витрати: $Z_{ВВ} = \% \text{ от } Z_0 = 3,7 \cdot 15 = 55,5$ грн.
Разом виробничу собівартість виробу:
 $C_{\text{вир}} = 34 - 2 + 3,6 + 8,4 + 12 + 7,5 + 15 + 0,9 + 3,5 + 55,5 = 138,4$ грн.
11. Адміністративні витрати: $AВ = \% \text{ от } C_{\text{вир}} = 0,16 \cdot 138,4 = 22,14$ грн.
12. Витрати на збут: $BЗ = \% \text{ от } C_{\text{вир}} = 0,03 \cdot 138,4 = 4,15$ грн.
Разом операційні витрати:
 $V_{\text{оп}} = 138,4 + 22,14 + 4,15 = 164,69$ грн.

Задача 2.

Визначити виробничу собівартість та операційні витрати на виробництво виробу. На виріб витрачається 50 кг основного матеріалу за ціною 12 грн. за 1 кг, вага відходів становить 11%, ціна відходів – 6 грн. за 1 кг, норма часу на виробництво виробу – 2 нормо-години, годинна тарифна ставка основного робітника 38,1 грн./год., додаткова заробітна плата основного

робітника – 30%, єдиний соціальний внесок – 22 %. Загальновиробничі витрати за кошторисом на місяць – 650 000 грн., програма випуску продукції на місяць – 3 000 шт./міс. Адміністративні витрати – 17%, витрати на збут – 5%.

Розв'язання

Калькуляція виготовлення виробу.

1. Витрати на матеріали: $50 \cdot 12 = 600$ грн.

2. Зворотні відходи: $0,11 \cdot 50 = 5,5$ кг

$5,5 \cdot 6 = 33$ грн.

3. Основна заробітна плата основного робітника:

$Z_o = T_p \cdot C_{\text{год}} = 2 \cdot 38,1 = 76,2$ грн.

4. Додаткова заробітна плата основного робітника: $Z_d = \% \text{ от } Z_o = 0,3 \cdot 76,2 = 22,86$ грн.

5. Єдиний соціальний внесок:

$\text{ЄСВ} = \% \text{ от } (Z_o + Z_d) = 0,22 \cdot (76,2 + 22,86) = 21,79$ грн.

6. Загальновиробничі витрати: $Z_{\text{ВВ}} = \frac{650\,000}{3\,000} = 216,67$ грн.

Разом виробнича собівартість виробу:

$C_{\text{вир}} = 600 - 33 + 76,2 + 22,86 + 21,79 + 216,67 = 904,52$ грн.

7. Адміністративні витрати: $A_{\text{В}} = \% \text{ от } C_{\text{вир}} = 0,17 \cdot 904,52 = 153,77$ грн.

8. Витрати на збут: $B_{\text{З}} = \% \text{ от } C_{\text{вир}} = 0,05 \cdot 904,52 = 45,23$ грн.

Разом операційні витрати:

$V_{\text{оп}} = 904,52 + 153,77 + 45,23 = 1103,52$ грн.

Задача 3.

Цех виготовляє два види виробів А і Б:

Показники	А	Б
Річний випуск продукції, шт.	1 000	5 000
Витрати на основні матеріали, грн.	120	50
Витрати на покупні матеріали, грн.	200	80
Витрати на паливо та енергію для технологічних цілей, грн.	60	40
Основна заробітна плата основних робітників, грн.	50	10
Додаткова заробітна плата основних робітників, %	12	12
Єдиний соціальний внесок, %	22	22

Загальновиробничі витрати за кошторисом на рік складають 270 000 грн. Визначити виробничу собівартість виробів А і Б.

Розв'язання

Калькуляції виготовлення виробів А і Б:

Показники	Виріб А	Виріб Б
Витрати на основні матеріали, грн.	120	50
Витрати на покупні матеріали, грн.	200	80
Витрати на паливо та енергію для технологічних цілей, грн.	60	40
Основна заробітна плата основних робітників, грн.	50	10
Додаткова заробітна плата основних робітників, грн.	$З_д = \% \text{ от } З_о = 0,12 \cdot 50 = 6$	$З_д = \% \text{ от } З_о = 0,12 \cdot 10 = 1,2$
Єдиний соціальний внесок, грн.	$ЄСВ = \% \text{ от } (З_о + З_д) = 0,22 \cdot (50 + 6) = 12,32$	$ЄСВ = \% \text{ от } (З_о + З_д) = 0,22 \cdot (10 + 1,2) = 2,46$
Загальновиробничі витрати, грн.	$ОПР_A = 2,7 \cdot 50 = 135$	$ОПР_B = 2,7 \cdot 10 = 27$
$\%ЗВВ = \frac{\Sigma ЗВВ}{\Sigma З_о} \cdot 100\% = \frac{270\,000}{1\,000 \cdot 50 + 5\,000 \cdot 10} \cdot 100\% = 270\%$		
Разом виробнича собівартість, грн.	583,32	210,66

Задача 4.

Розрахувати виробничу собівартість та операційні витрати на одиницю продукції, якщо витрати на основні матеріали за виробом – 110 грн., покупні напівфабрикати – 26 грн., технологічне паливо та енергія – 60 грн., основна заробітна плата основного робітника за виготовлення виробу – 80 грн., додаткова заробітна плата – 25 %, єдиний соціальний внесок – 22%. Загальновиробничі витрати за річним кошторисом по цеху – 5 600 т.грн., основна заробітна плата основних робітників по цеху – 1 000 т.грн. за рік. Адміністративні витрати – 14%, витрати на збут складають 3% від виробничої собівартості.

Розв'язання

Калькуляція виготовлення виробу.

1. Основні матеріали 110 грн..
2. Покупні напівфабрикати 26 грн.
3. Технологічне паливо та енергія 60 грн.
4. Основна заробітна плата основних робітників 80 грн.

5. Додаткова заробітна плата основних робітників: $Z_d = \% \text{ от } Z_o = 0,25 \cdot 80 = 20 \text{ грн.}$

6. Єдиний соціальний внесок:

$ЄСВ = \% \text{ от } (Z_o + Z_d) = 0,22 \cdot (80 + 20) = 22 \text{ грн.}$

7. Загальновиробничі витрати:

$\%ЗВВ = \frac{\Sigma ЗВВ}{\Sigma Z_o} \cdot 100\% = \frac{5\,600}{1\,000} \cdot 100\% = 560\%$

$ЗВВ = 5,6 \cdot 80 = 448 \text{ грн.}$

Разом виробнича собівартість виробу:

$C_{\text{вир}} = 110 + 26 + 60 + 80 + 20 + 22 + 448 = 766 \text{ грн.}$

7. Адміністративні витрати: $АВ = \% \text{ от } C_{\text{вир}} = 0,14 \cdot 766 = 107,24 \text{ грн.}$

8. Витрати на збут: $ВС = \% \text{ от } C_{\text{вир}} = 0,05 \cdot 766 = 38,3 \text{ грн.}$

Разом операційні витрати:

$В_{\text{оп}} = 766 + 107,24 + 38,3 = 911,54 \text{ грн.}$

Задача 5.

Визначити виробничу собівартість і суму операційних витрат на виробництво виробу А. Витрати на сировину й матеріали на виріб – 102 грн, паливо і енергія для технологічних цілей – 27 грн, основна заробітна плата основних робітників – 45 грн, додаткова заробітна плата основних робітників – 12% , єдиний соціальний внесок – 22%.

Загальновиробничі витрати на виробництво продукції за річним кошторисом – 1 270 т.грн., основна заробітна плата основних робітників за рік – 970 т.грн.

Річні адміністративні витрати – 740 т.грн., витрати на збут – 310 т.грн., Виробнича собівартість товарної продукції – 5 280 т.грн.

Розв'язання

Калькуляція виготовлення виробу.

1. Витрати на сировину й матеріали 102 грн.

2. Технологічні паливо і енергія 27 грн.

3. Основна заробітна плата основних робітників 45 грн.

4. Додаткова заробітна плата основних робітників: $Z_d = \% \text{ от } Z_o = 0,12 \cdot 45 = 5,4 \text{ грн.}$

5. Єдиний соціальний внесок:

$ЄСВ = \% \text{ от } (Z_o + Z_d) = 0,22 \cdot (45 + 5,4) = 11,09 \text{ грн.}$

6. Загальновиробничі витрати:

$\%ЗВВ = \frac{\Sigma ЗВВ}{\Sigma Z_o} \cdot 100\% = \frac{1\,270}{970} \cdot 100\% = 130,9\%$

$ЗВВ = 1,309 \cdot 45 = 58,91 \text{ грн.}$

Разом виробнича собівартість виробу:

$C_{\text{вир}} = 102 + 27 + 45 + 5,4 + 11,09 + 58,91 = 249,4 \text{ грн.}$

7. Адміністративні витрати:

$$\%AB = \frac{\Sigma AP}{C_{\text{спр}}} \cdot 100\% = \frac{740}{5\,280} \cdot 100\% = 14\%$$

$$AB = \% \text{ от } C_{\text{вир}} = 0,14 \cdot 249,4 = 34,92 \text{ грн.}$$

8. Витрати на збут:

$$\%B3 = \frac{\Sigma B3}{C_{\text{вир}}} \cdot 100\% = \frac{310}{5\,280} \cdot 100\% = 5,87\%$$

$$B3 = \% \text{ от } C_{\text{вир}} = 0,0587 \cdot 249,4 = 14,64 \text{ грн.}$$

Разом операційні витрати:

$$V_{\text{оп}} = 249,4 + 34,92 + 14,64 = 298,96 \text{ грн.}$$

Задача 6.

Визначити виробничу собівартість виробу і операційні витрати на його виробництво. На виріб витрачається 55 кг матеріалу за ціною 15 000 грн./т. Виріб проходить обробку в двох цехах: ливарному й механічному. Основна заробітна плата на виріб в ливарному цеху – 140 грн., в механічному – 230 грн., додаткова заробітна плата – 30%, єдиний соціальний внесок – 22%. Загальновиробничі витрати в ливарному цеху – 250%, в механічному – 180%. Адміністративні витрати по підприємству – 18%, витрати на збут – 3%.

Розв'язання

Калькуляція виготовлення виробу.

1. Витрати на матеріали $55 \cdot \frac{15\,000}{1\,000} = 825$ грн..

2. Основна заробітна плата основних робітників: $140+230=370$ грн.

3. Додаткова заробітна плата основних робітників: $З_{\text{д}} = \% \text{ от } З_{\text{о}} = 0,3 \cdot 140 + 0,3 \cdot 230 = 42 + 69 = 111$ грн.

4. Єдиний соціальний внесок:

$$ЄСВ = \% \text{ от } (З_{\text{о}} + З_{\text{д}}) = 0,22 \cdot ((140 + 42) + (230 + 69)) = 105,82 \text{ грн.}$$

5. Загальновиробничі витрати:

$$ЗВВ = 2,5 \cdot 140 + 1,8 \cdot 230 = 350 + 414 = 764 \text{ грн.}$$

Разом виробнича собівартість виробу:

$$C_{\text{вир}} = 825 + 370 + 111 + 105,82 + 764 = 2\,175,82 \text{ грн.}$$

6. Адміністративні витрати:

$$AB = \% \text{ от } C_{\text{вир}} = 0,18 \cdot 2\,175,82 = 391,65 \text{ грн.}$$

7. Витрати на збут:

$$B3 = \% \text{ от } C_{\text{вир}} = 0,03 \cdot 2\,175,82 = 65,27 \text{ грн.}$$

Разом операційні витрати

$$V_{\text{оп}} = 2\,175,82 + 391,65 + 65,27 = 2\,632,74 \text{ грн.}$$

Задача 7.

В цеху у звітному періоді виготовлено виробів А – 1 500 шт., Б – 2 350 шт., В – 835 шт. Основна заробітна плата основних робітників у собівартості виробу А – 36,5 грн., Б – 25 грн., В – 17,5 грн.

Визначити величину загальновиробничих витрат, що підлягають включенню до собівартості кожного виробу, якщо загальна сума загальновиробничих витрат 201 350 грн.

Розв'язання

$$\%ЗВВ = \frac{\sum ЗВВ}{\sum З_0} \cdot 100\% = \frac{201350}{1500 \cdot 36,5 + 2350 \cdot 25 + 835 \cdot 17,5} \cdot 100\% = 157,2\%$$

$$ЗВВ \text{ «А»} = 36,5 \cdot 1,572 = 57,38 \text{ грн.}$$

$$ЗВВ \text{ «Б»} = 25 \cdot 1,572 = 39,3 \text{ грн.}$$

$$ЗВВ \text{ «В»} = 17,5 \cdot 1,572 = 27,51 \text{ грн.}$$

Задача 8.

Загальновиробничі витрати підприємства за кошторисом становлять 1800 т.грн. Основна заробітна плата основних робітників становить 2060 т.грн. Основна заробітна плата, що припадає на одиницю виробу А становить 81 грн., Б – 116 грн., В – 42 грн. Визначити відсоток загальновиробничих витрат по підприємству та їх суму, яка припадає на вироби А, Б, В.

Розв'язання

$$\%ЗВВ = \frac{1800}{2060} \cdot 100\% = 87,4\%$$

$$ЗВВ \text{ "А"} = 81 \cdot 0,874 = 70,79 \text{ грн.}$$

$$ЗВВ \text{ "В"} = 116 \cdot 0,874 = 101,38 \text{ грн.}$$

$$ЗВВ \text{ "С"} = 42 \cdot 0,874 = 36,71 \text{ грн.}$$

Задача 9.

Визначити суму операційних витрат на підставі наступних даних: виробнича собівартість виробу 812 грн., адміністративні витрати по підприємству – 16%, витрати на збут 7%.

Розв'язання

$$\begin{aligned} \text{Воп} &= 812 + 812 \cdot 0,16 + 812 \cdot 0,07 = 812 + 129,92 + 56,84 \\ &= 998,76 \text{ грн.} \end{aligned}$$

Задача 10.

Визначити виробничу собівартість виробу. Витрати на матеріали на виріб – 26 грн. Основна зарплата основного робітника для виготовлення виробу 25,8 грн., загальновиробничі витрати по підприємству – 320%.

Розв'язання

$$\text{Свир} = 26 + 25,8 + 25,8 \cdot 3,2 = 26 + 25,8 + 82,56 = 134,36 \text{ грн.}$$

Задача 11.

Виробнича собівартість продукції складає 605 т.грн., частка постійних витрат в собівартості продукції складає 0,35. Визначити суму змінних витрат.

Розв'язання

Частка змінних витрат у виробничій собівартості:

$$\text{Чзм} = 1 - 0,35 = 0,65$$

Сума змінних витрат:

$$\text{Взм} = 605 \cdot 0,65 = 393,25 \text{ т. грн.}$$

Задача 12.

Основна заробітна плата в собівартості виробу – 189,2 грн., додаткова заробітна плата – 30%, єдиний соціальний внесок – 22 %. Визначити величину єдиного соціального внеску, що включається в собівартість виробу.

Розв'язання

$$\text{ЄСВ} = (189,2 + 189,2 \cdot 0,3) \cdot 0,22 = (189,2 + 56,76) \cdot 0,22 = 54,11 \text{ грн.}$$

Тема 10. Ціна і ціноутворення на підприємстві (лекційні заняття – 4 години)

Лекція 19. Ціна на продукцію (послуги): сутнісна характеристика і класифікація

План лекції

1. Сутність і функції ціни
2. Система цін і їх класифікація

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник/* за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ,2009. 816 с.
2. *Економіка підприємства : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти /* Н. Ю. Рекова, Є. О. Підгора, В. В.Ровенська, В. С. Рижиков, О. В. Латишева, І. Ю. Єрфорт, Т. П. Гітис, І. І. Смирнова, С. В. Касьянюк. Краматорськ : ДДМА, 2021. 248 с. URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20\(2\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20(2).pdf).

1 Сутність і функції ціни

Наведемо узагальнене визначення ціни.

Ціна – це фундаментальна економічна категорія, що означає кількість грошей, за яку продавець згодний продати свій товар, виходячи з витрат на виробництво, реалізацію продукції і величини очікуваного прибутку, а покупець готовий купити цей товар.

Фактори, що впливають на рівень ціни:

1. Величина попиту на продукцію, співвідношення попиту і пропозиції на ринку.

2. Витрати і собівартість продукції.

3. Якість продукції. Чим нижча собівартість і чим вища якість, тим більш широкий діапазон для договірної ціни.

4. Монополізм. Монополіст ставить покупця в безвихідне становище і нав'язує йому свою ціну.

5. Кон'юнктура ринку, інфляція, зміна галузевої структури, політична ситуація.

Ціна, як економічна категорія, виконує кілька важливих функцій.

1. *Вимірально-інформаційна функція* полягає у вираженні в єдиній грошовій формі різних видів товарів. Ціна виступає критеріальним орієнтиром при обґрунтуванні підприємством рішення про доцільність і вигідність виробництва певного виду товару, а також про розширення або звуження виробництва.

2. *Стимулююча функція* полягає в тому, що за допомогою цін через механізм прибутку можна впливати на обсяги виробництва.

3. *Розподільча функція*, дозволяє перерозподіляти національний дохід між окремими галузями економіки через механізм введення в ціну окремих товарів акцизного збору.

4. *Регулююча функція* полягає в тому, що ціна коригує попит і пропозицію на ринку, і визначає взаємовідносини між споживачами і виробниками на рівні встановлення рівноважної ціни.

5. *Функція ціни як засобу раціонального розміщення виробництва*. За допомогою механізму цін капітали переміщуються в сектори економіки та виробництва з найвищою нормою прибутку.

2 Система цін та їхня класифікація

Кожен вид цін складається з окремих частин, які називаються елементами. До елементів ціни відносяться:

- виробнича собівартість продукції ($C_{\text{вир}}$);
- валовий прибуток (ВП);
- акцизний збір (АЗ);

- податок на додану вартість (ПДВ);
- посередницько-збутова націнка ($H_{\text{посер}}$);
- торговельна націнка ($H_{\text{торг}}$).

Собівартість і прибуток є обов'язковими елементами ціни.

Оптова ціна підприємства.

$$C_{\text{опт}} = C_{\text{вир}} + \text{ВП}. \quad (1)$$

На основі оптової ціни визначається виручка від реалізації продукції.

Відпускна ціна виробника.

$$C_{\text{від}} = C_{\text{опт}} + \text{АЗ} + \text{ПДВ}. \quad (2)$$

Відпускна ціна посередника.

$$C_{\text{посер.}} = C_{\text{від}} + H_{\text{посер.}}. \quad (3)$$

Роздрібна ціна.

$$C_{\text{р}} = C_{\text{посер.}} + H_{\text{торг.}}. \quad (4)$$

Роздрібна ціна містить у собі максимальну кількість елементів.

$$C_{\text{р}} = C_{\text{вир}} + \text{ВП} + \text{АЗ} + \text{ПДВ} + H_{\text{посер.}} + H_{\text{торг.}}. \quad (5)$$

Поелементний склад ціни представлений в табл. 1.

Таблиця 1 – Поелементний склад ціни

Виробнича собівартість (Свир)	Валовий прибуток (ВП)	Непрямі податки		Посередницько-збутова націнка (Нпосер)			Торговельна націнка (Нторг)		
		АЗ	ПДВ	Витрати посередника	Прибуток посередника	ПДВ посередника	Витрати торговельних організацій	Прибуток торговельних організацій	ПДВ торговельних організацій
Оптова ціна підприємства (C _{опт})									
Відпускна ціна виробника (C _{від})									
		Відпускна ціна посередника (C _{посер})							
Роздрібна ціна (C _р)									

Цінова система – це єдина, упорядкована сукупність різних видів цін, які обслуговують і регулюють економічні відносини між різними учасниками національного та світового ринків.

Розглянемо класифікацію цін за рядом ознак.

I Диференціація цін за галузями і сферами обслуговування економіки.

1. Оптові ціни на продукцію промисловості – це ціни, за якими реалізується продукція промислових підприємств іншим підприємствам, фірмам і організаціям у порядку торговельного обороту.

2. Оптова ціна підприємства – це ціни, за якими підприємства-виробники реалізують свою продукцію фізичним і юридичним особам.

3. Різновидом оптової ціни підприємства є **трансфертні ціни** – це ціни, які використовуються при комерційних операціях між підрозділами одного й того ж підприємства.

4. Закупівельні ціни – це ціни, за якими реалізується продукція сільськогосподарських підприємств.

5. Ціни на будівельну продукцію – це кошторисна вартість об'єкта в цілому або 1 м² площі, а також вартість окремих видів робіт.

6. Тарифи вантажного і пасажирського транспорту – оплата послуг транспортних організацій за переміщення вантажів і пасажирів.

7. Роздрібні ціни – це ціни, за якими продукція (товари) реалізуються в роздрібній торгівлі населенню, підприємствам і організаціям.

8. Ціни, що обслуговують зовнішньоторговельний оборот, діляться на експортні та імпорتنі.

Експортні ціни – це ціни, за якими національні виробники або зовнішньоторговельні організації продають товари на світовому ринку.

Імпорتنі ціни – це ціни, за якими українські фірми закупають товари (послуги) за кордоном.

II Диференціація цін за ступенем участі держави в процесі ціноутворення. За цією ознакою ціни підрозділяються на ринкові та регульовані.

Ринкова ціна – це ціна, яка склалася в процесі взаємовідносин суб'єктів ціноутворення на ринку.

Ринкові ціни діляться на вільні, монопольні та демпінгові.

Вільні ціни – це ціни, які склалися на ринку під впливом кон'юнктури незалежно від державних органів.

Монопольні ціни встановлюються на ринку підприємствами-монополістами (ціни на газ, нафтопродукти, електроенергію).

III Диференціація цін за характером цінової інформації здійснюється на основі обліку специфіки цієї інформації.

1. Аукціонна ціна – це ціна реального товару, проданого на аукціоні. Покупцем стає той з учасників, хто запропонує найвищу ціну за умови, що була досягнута мінімальна ціна. На аукціоні продають хутрянні товари, предмети старовини, дорогоцінні каміння.

2. Біржові ціни – це ціни контрактів, укладених на товарних біржах. Товар продається за ціною, обумовленою зараз, але поставлений він буде до певного моменту у майбутньому. За цими цінами продається товар, ціни на який зазнають сильних коливань у часі. На відміну від готівкового ринку, де відбувається фізичний обмін товарів, на товарних біржах

здійснюється купівля-продаж контрактів. Наприклад, на товарних біржах купують і продають бавовну, кольорові і дорогоцінні метали, зерно.

3. Ціна договірна – ціна, зафіксована в договорі купівлі-продажу, узгоджена між продавцем і покупцем під час укладання договору.

4. Довідкові ціни – це ціни, що публікуються в різних друкованих виданнях, які використовуються при укладанні угод. У газетах, журналах, спеціальних бюлетенях, фірмових каталогах, прейскурантах.

IV Диференціація цін за транспортної складової здійснюється в залежності від порядку оплати транспортних витрат. На практиці це відображається в системі франкування цін. «Франко» означає до якого пункту на шляху просування продукції від виробника до споживача транспортні витрати будуть включені до складу ціни.

Наприклад, франко – склад постачальника означає, що всі транспортні витрати оплачує покупець, а франко – склад споживача – всі транспортні витрати оплачує продавець.

Лекція 20. Методи встановлення ціни на продукцію підприємства.

План лекції

1 Методи встановлення ціни на продукцію підприємства

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник/* за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ,2009. 816 с.

2. *Економіка підприємства : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти /* Н. Ю. Рекова, Є. О. Підгора, В. В.Ровенська, В. С. Рижиков, О. В. Латишева, І. Ю. Єрфорт, Т. П. Гітис, І. І. Смирнова, С. В. Касьянюк. Краматорськ : ДДМА, 2021. 248 с. URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20\(2\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20(2).pdf).

1 Методи встановлення ціни на продукцію підприємства

Методи ціноутворення і методичні підходи до нього, які використовуються на підприємстві, є комерційною таємницею і в друку публікуються лише в загальних рисах, тобто як правило є «ноу-хау» підприємства.

У діяльності підприємства ціна є основним чинником, що впливає на величину прибутку і рентабельності діяльності.

Розглядаючи проблему ціноутворення на ринку, можна вказати на дві принципові методологічні схеми:

- перша з них – витратне ціноутворення, в основу якого закладено майбутні витрати підприємства на виробництво і реалізацію продукції;
- друга – ринкове ціноутворення, при якому ціни формуються під впливом попиту та пропозиції товарів на ринку.

Витратні методи ціноутворення.

1. Визначення ціни на основі загальної суми операційних витрат– метод «витрати +».

Сутність даного методу полягає у тому, що підприємство розраховує суму операційних витрат на одиницю продукції та додає до них певну суму прибутку.

$$Ц = V_{оп} + П, \quad (1)$$

де $V_{оп}$ – сума операційних витрат на одиницю продукції, грн.;

$П$ – прибуток в ціні продукції, що встановлюється підприємством.

Цей метод простий і зручний, але має ряд *недоліків*.

1) вкрай слабо пов'язаний з рівнем попиту. Може виникнути ситуація, коли ціна товару буде нижче його споживчих властивостей і за товар споживач міг би заплатити більше, і, навпаки, ціна завищена в порівнянні з цінами конкурентів;

2) метод не відображає справжній внесок конкретного товару в дохід підприємства. Наприклад, на продукцію відносяться витрати з операційної оренди, які не пов'язані безпосередньо з цим видом продукції.

Цей метод застосовується підприємствами, положення яких близько до монопольного і збут продукції гарантований; а також для встановлення цін на зовсім нові товари.

2. Метод стандартних (нормативних) витрат, що отримав велике поширення в західній практиці ціноутворення – метод «стандарт-кост».

Він передбачає визначення за всіма елементами витрат нормативів витрат у розрахунку на одиницю продукції, що виготовляється. З цими нормативами порівнюють фактичні витрати, а отримані відхилення аналізують для виявлення порушень у виробництві з ціллю вжиття заходів щодо їх усунення.

Перевагою цього методу є те, що підприємство своєчасно відстежує напрямки зниження витрат на виробництво, отримує точну калькуляцію собівартості, має систему прогресивних норм і нормативів.

До *недоліків* методу можна віднести:

- його складність;
- необхідність постійно оновлювати базу норм і нормативів, підтримуючи її на прогресивному рівні;
- постійний пошук резервів зниження витрат.

3. Визначення цін на основі прямих (змінних) витрат - метод «директ-костинг».

Основою методу «директ-костинг» є чіткий поділ витрат на постійні та змінні. Змінні витрати повністю включаються у ціну продукції, при

цьому вони розглядаються як нижня межа ціни, чи, інакше, як мінімальна ціна, нижче якої виробництво продукції неможливо. При цьому постійні витрати вважаються витратами періоду, не розподіляються між виробами, а прямо відносяться на результат, тобто покриваються за рахунок прибутку. Як наслідок цього, загальні витрати швидше відносяться на результат при методі «директ-костинг», ніж при методах обчислення повної собівартості, при цьому залишки готової продукції оцінюються тільки за змінними витратами.

Ринкове ціноутворення.

При ринковому ціноутворенні витрати фірми у якості основи ціни товару ніякої участі не приймають. Головне у ринковому ціноутворенні співвідношення попиту і пропозиції товару на ринку. Може виникнути ситуація, коли ціна товару виявиться меншою ніж витрати на його виробництво, за такої ситуації підприємство зазнає значних збитків. У зворотному випадку підприємство обов'язково отримує прибуток.

1. Визначення цін з орієнтацією на попит стосується очікуваної оцінки вартості товару споживачами, тобто на те, скільки покупець готовий заплатити. При використанні цього методу зображується функція попиту. Попит визначається за допомогою спеціальних тестів, опитувальних листів, спостережень за фактичними даними.

Це один з найоригінальніших методів ціноутворення, тому що все більше число підприємств орієнтується при встановленні цін не на витрати виробництва, а на сприйняття товару споживачем.

2. Визначення цін з орієнтацією на конкуренцію. При цьому методі ціноутворення підприємство орієнтує свої ціни не на витрати і попит, а на поточні ціни конкурентів, встановлюючи їх трохи нижче або вище цін конкурентів.

Цей метод використовують ті фірми, які не можуть точно визначити свої витрати на виробництво одиниці продукції, тому вони вважають середні ціни, що сформувалися в галузі, прийнятною базою для визначення цін на свої товари. При цьому фірма позбавляється від ризику, що ринок може не прийняти її ціну.

3. Тендерне ціноутворення або метод встановлення ціни на основі результатів «закритих торгів» – це різновид ціноутворення з орієнтацією на конкуренцію.

Застосовується в тих випадках, коли кілька фірм конкурують один з одним у боротьбі за контракт.

Мета тендерних торгів – отримати контракт, і тому фірма намагається встановити свою ціну на рівні нижче запропонованого конкурентами.

4. Визначення цін з орієнтацією на корисність продукту або нормативно-параметричний метод. При цьому методі ціна визначається на базі основних параметрів товару. До цього методу відносяться.

4.1 Метод питомих показників – ціна ставиться в залежність від специфічного показника – основного параметра продукту у відповідних

одиницях виміру (маса, основний типорозмір, продуктивність, потужність).

4.2 Метод регресійного аналізу – полягає у визначенні емпіричної формули ціни в залежності від техніко-економічних параметрів виробів. Тобто не один параметр (як в методі питомих показників), а декілька ставляться в залежність від ціни.

4.3 Бальний метод – полягає у тому, що на основі експертних оцінок значущості параметрів виробів кожному параметру привласнюють число балів, підсумовування яких дає інтегральну оцінку рівня ціни виробу.

Застосовується у тому випадку, коли параметри дуже різноманітні: дизайн, потужність, колір, надійність, зручність.

Наприкінці розглянемо чинники зниження і зростання цін.

1. Фактори зниження цін:

- зростання виробництва;
- зростання продуктивності праці;
- зниження витрат;
- конкуренція;
- зниження податків.

2. Фактори осту цін:

- спад виробництва і монополізація підприємств;
- зростання маси грошей в обігу;
- зростання заробітної плати;
- нестабільність економічної ситуації;
- ажіотаж попиту.

ТЕСТИ

Як класифікуються ціни за стадіями ціноутворення:

1. роздрібні ціни;
2. ринкові ціни;
3. довідкові ціни;
4. ціни-франко склад постачальника;

Як класифікуються ціни за ступенем участі держави в ціноутворенні:

1. роздрібні ціни;
2. ринкові ціни;
3. довідкові ціни;
4. ціни-франко склад постачальника;

Як класифікуються ціни за транспортною складовою:

1. ринкові ціни;
2. роздрібні ціни;

3. довідкові ціни;
4. ціни-франко склад постачальника;

Як класифікуються ціни за характером цінової інформації:

1. ринкові ціни;
2. довідкові ціни;
3. роздрібні ціни;
4. ціни-франко склад постачальника;

Ціни, за якими українські виробники або зовнішньоторговельні організації продають вітчизняні товари (послуги) на світовому ринку, це:

1. експортні ціни;
2. зовнішньоторговельні ціни;
3. імпортні ціни;

Ціни, за якими українські фірми закупають товари (послуги) за кордоном, це:

1. зовнішньоторговельні ціни;
2. імпортні ціни;
3. експортні ціни;

Ціна, яка складається в процесі взаємовідносин суб'єктів ціноутворення на ринку під впливом кон'юнктури, це:

1. ринкова ціна;
2. регульована ціна;
3. фіксована ціна;
4. гранична ціна;

Ціна, яка складається на ринку в процесі прямого державного впливу, це:

1. регульована ціна;
2. ринкова ціна;
3. аукціонна ціна;

Ціна, що є сумою собівартості реалізованої продукції, адміністративних витрат, витрат на збут та прибутку виробника, – це:

1. відпускна ціна;
2. ціна посередника;
3. оптова ціна виробника;
4. роздрібна ціна;

Ціна, яка є сумою оптової ціни виробника, податку на додану вартість, акцизного збору, – це:

1. відпускна ціна;
2. оптова ціна виробника;
3. оптова ціна посередника;

4. роздрібна ціна;

Ціна, яка є сумою відпускної оптової ціни виробника і надбавки посередника, яка включає витрати і прибуток посередницько-збутових організацій, це:

1. оптова ціна виробника;
2. відпускна ціна;
3. ціна посередника;
4. роздрібна ціна;

Ціна, яка є сумою ціни посередника і торгової надбавки. Торгова надбавка покриває витрати торговельних організацій і забезпечує отримання прибутку, це:

1. роздрібна ціна;
2. оптова ціна виробника;
3. відпускна ціна;
4. ціна посередника;

Суть цього методу ціноутворення полягає у тому, що на основі експертних оцінок значущості параметрів виробів для споживачів кожному параметру привласнюється певне число балів, підсумовування яких дає інтегральну оцінку ціни виробу:

1. бальний метод;
2. метод на основі повних витрат;
3. метод на основі змінних витрат (метод «директ-костинг»);
4. метод регресійного аналізу;
5. метод питомих показників;

Ціна – це:

1. грошовий вираз суми витрат на виробництво продукції, прибутку і непрямих податків;
2. норма обміну товару на гроші;
3. грошовий вираз витрат підприємства на виробництво і збут продукції;

Ціна – це грошовий вираз:

1. прибутку підприємства;
2. витрат підприємства на виробництво і збут продукції;
3. цінності товару або послуги в процесі обміну;

Виробничі підприємства продають свою продукцію за цінами:

1. оптовими;
2. роздрібними;
3. відпускними;
4. трансфертними;
5. регульованими;

Оптова і відпускна ціна відрізняються на величину:

1. витрат на збут;
2. прибутку;
3. торгової надбавки;
4. непрямих податків;
5. собівартості;

Максимальна ціна продукції визначається величиною:

1. витрат на виробництво продукції;
2. обсягів виробництва підприємства;
3. запланованого прибутку підприємства;
4. рентабельності продукції;

Ця ціна оговорюється у теперішній час, але товар буде поставлений до певного моменту у майбутньому. За цими цінами продається товар, ціни на який зазнають сильних коливань у часі. На відміну від готівкового ринку, де відбувається фізичний обмін товарів, у цій установі здійснюється купівля-продаж контрактів:

1. біржова ціна;
2. ринкова ціна;
3. роздрібна ціна;
4. довідкова ціна;

Сутність даного методу ціноутворення полягає у тому, що підприємство розраховує суму операційних витрат на одиницю продукції та додає до них певну суму прибутку – це метод:

1. бальний метод;
2. метод на основі змінних витрат (метод «директ-костинг»);
3. метод регресійного аналізу;
4. метод на основі повних витрат;
5. метод питомих показників;

ЗАДАЧІ

Задача 1.

Визначити відпускну ціну виробу. Вага заготовки виробу становить – 16 кг. Чиста вага виробу 12,3 кг. Ціна 1 тони матеріалу заготовки – 12 000 грн./т, ціна 1 тони відходів становить – 6 000 грн./т. Основна заробітна плата на виготовлення виробу становить 216 грн., додаткова заробітна плата – 30%, єдиний соціальний внесок – 22%. Загальновиробничі витрати мають величину 200%, адміністративні витрати – 8%; витрати на збут – 5%, прибуток виробника становить 25%.

Розв'язання

1. Витрати на матеріали $16 \cdot \frac{12\,000}{1000} = 192$ грн.
2. Зворотні відходи: $(16 - 12,3) \cdot \frac{6\,000}{1000} = 22,2$ грн.
3. Основна заробітна плата основних робітників: 216 грн.
4. Додаткова заробітна плата основних робітників: $Z_d = \% \text{ от } Z_o = 0,3 \cdot 216 = 64,8$ грн.
5. Єдиний соціальний внесок:
 $ЄСВ = \% \text{ от } (Z_o + Z_d) = 0,22 \cdot (216 + 64,8) = 61,78$ грн.
6. Загальновиробничі витрати:
 $ЗВВ = 2 \cdot 216 = 432$ грн.
Разом виробнича собівартість виробу:
 $C_{\text{вир}} = 192 - 22,2 + 216 + 64,8 + 61,78 + 432 = 944,38$ грн.
7. Адміністративні витрати:
 $АВ = \% \text{ от } C_{\text{вир}} = 0,08 \cdot 944,38 = 75,55$ грн.
8. Витрати на збут:
 $ВЗ = \% \text{ от } C_{\text{вир}} = 0,05 \cdot 944,38 = 47,22$ грн.
Разом операційні витрати:
 $V_{\text{оп}} = 944,38 + 75,55 + 47,22 = 1\,067,15$ грн.
9. Валовий прибуток:
 $ВП = \% \text{ от } V_{\text{оп}} = 0,25 \cdot 1\,067,15 = 266,79$ грн.
10. Оптова ціна підприємства:
 $Ц_{\text{опт}} = V_{\text{оп}} + ВП = 1\,067,15 + 266,79 = 1\,333,94$ грн.
11. Відпускна ціна виробника:
 $Ц_{\text{від}} = Ц_{\text{опт}} + АЗ + ПДВ = 1\,333,94 + 0,2 \cdot 1\,333,94 = 1\,333,94 + 266,79 = 1\,600,73$ грн.

Задача 2.

Визначити роздрібну ціну виробу, якщо відомо, що виробнича собівартість виробу – 950 грн., адміністративні витрати – 8%, витрати на збут – 5%, рентабельність виробу (прибуток, норма прибутку) – 25%, ПДВ – 20%, націнка збутових організацій – 3,5%, торгова націнка – 3%.

Розв'язання

1. Адміністративні витрати:
 $АВ = \% \text{ от } C_{\text{вир}} = 0,08 \cdot 950 = 76$ грн.
2. Витрати на збут:
 $ВЗ = \% \text{ от } C_{\text{вир}} = 0,05 \cdot 950 = 47,5$ грн.
3. Операційні витрати:
 $V_{\text{оп}} = C_{\text{вир}} + АВ + ВЗ = 950 + 76 + 47,5 = 1073,5$ грн.
4. Валовий прибуток:
 $ВП = \% \text{ от } V_{\text{оп}} = 0,25 \cdot 1073,5 = 268,38$ грн.

5. Оптова ціна підприємства:

$$C_{\text{опт}} = B_{\text{оп}} + \text{ВП} = 1073,5 + 268,38 = 1341,88 \text{ грн.}$$

6. Відпускна ціна виробника:

$$C_{\text{від}} = C_{\text{опт}} + \text{АЗ} + \text{ПДВ} = 1341,88 + 0,2 \cdot 1341,88 = 1341,88 + 268,38 = 1610,26 \text{ грн.}$$

7. Націнка посередницько-збутових організацій:

$$H_{\text{посер.}} = 1610,26 \cdot 0,035 = 56,36 \text{ грн.}$$

8. Відпускна ціна посередника:

$$C_{\text{посер.}} = C_{\text{від}} + H_{\text{посер.}} + \text{ПДВ}_{\text{посер.}} = 1610,26 + 56,36 + 56,36 \cdot 0,2 = 1610,26 + 56,36 + 11,27 = 1677,89 \text{ грн.}$$

9. Націнка торговельних організацій:

$$H_{\text{торг.}} = 1677,89 \cdot 0,03 = 50,34 \text{ грн.}$$

10. Роздрібна ціна:

$$C_{\text{р}} = C_{\text{посер.}} + H_{\text{торг.}} + \text{ПДВ}_{\text{торг.}} = 1677,89 + 50,34 + 50,34 \cdot 0,2 = 1677,89 + 50,34 + 10,07 = 1738,3 \text{ грн.}$$

Тема 11. Фінансово-економічні результати діяльності підприємства (лекційні заняття – 6 годин)

Лекція 21. Поняття і види прибутку підприємства

План лекції

1. Поняття і види прибутку підприємства
2. Напрями використання прибутку

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник/* за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ,2009. 816 с.
2. *Економіка підприємства : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти /* Н. Ю. Рекова, Є. О. Підгора, В. В.Ровенська, В. С. Рижиков, О. В. Латишева, І. Ю. Єрфорт, Т. П. Гітис, І. І. Смирнова, С. В. Касьянюк. Краматорськ : ДДМА, 2021. 248 с. URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20\(2\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20(2).pdf).

1 Поняття і види прибутку підприємства

Прибуток як економічний показник є різницею між загальним доходом підприємства, що отриманий від усіх видів діяльності, і загальними витратами, які здійснює підприємство в процесі своєї діяльності.

Вся діяльність підприємства спрямована на те, щоб забезпечити зростання прибутку.

Прибуток як важлива економічна категорія виконує ряд функцій.

Стимулююча функція прибутку полягає в мотивації суб'єктів господарювання до постійного підвищення ефективності своєї діяльності з метою максимізації обсягу прибутку.

Регулююча функція виходить з того, що формування, розподіл і використання прибутку є найбільш важливим механізмом руху доданої вартості в суспільстві.

Ресурсна функція передбачає, що прибуток, з одного боку, основне джерело фінансування розвитку підприємства, удосконалення його матеріально-технічної бази, а з другого – джерело задоволення особистих потреб його власників.

В *обліково-вимірjuвальній функції* прибуток, що характеризує перевищення надходжень над витратами, відображає мету підприємницької діяльності і використовується як базовий показник її результативності (ефективності).

Дохід – це грошові кошти або матеріальні цінності, отримані підприємством.

$$\text{Дохід} = \text{Виручка (В)} = \sum_{i=1}^n N_i \cdot Ц_i, \quad (1)$$

$$\text{ПДВ} = \frac{1}{6} \cdot \text{В}, \quad (2)$$

$$\begin{aligned} &\text{Чистий дохід (Чиста виручка від реалізації продукції)} = \\ &= \text{Дохід (виручка від реалізації продукції)} - \text{ПДВ} - \text{Акцизний збір}. \end{aligned} \quad (3)$$

Фінансовий результат – це різниця між доходами від певного виду діяльності підприємства і витратами за цим видом діяльності.

Фінансовий результат може бути позитивним, тоді це прибуток підприємства, і негативним, тоді це збиток підприємства.

Збитки – це перевищення суми витрат над сумою доходу.

Види прибутку підприємства відповідно до «Звіту про фінансові результати».

1. Прибуток від основної діяльності (валовий прибуток):

$$\begin{aligned} &\text{Прибуток від основної діяльності (Валовий прибуток)} = \\ &= \text{Чистий дохід (виручка від реалізації продукції)} - \\ &\quad - \text{Собівартість реалізованої продукції}; \end{aligned} \quad (4)$$

$$C_p = \sum_{i=1}^n N_i \cdot C_{pi}. \quad (5)$$

2. Прибуток від операційної діяльності:

$$\begin{aligned}
& \text{Прибуток від операційної діяльності} = \\
& = \text{Прибуток від основної діяльності} - \\
& - \text{Адміністративні витрати} - \text{Витрати на збут} \pm \\
& \pm \text{Прибуток від іншої операційної діяльності};
\end{aligned}
\tag{6}$$

$$\begin{aligned}
& \text{Прибуток від іншої операційної діяльності} = \\
& = \text{Доход від іншої операційної діяльності} - \\
& - \text{Витрати від іншої операційної діяльності}.
\end{aligned}
\tag{7}$$

Дохід від іншої операційної діяльності включає:

- дохід від операційної оренди;
- реалізацію виробничих запасів;
- реалізацію іноземної валюти;
- отримані штрафи, пені, неустойки.

Витрати від іншої операційної діяльності включають:

- витрати на операційну оренду;
- собівартість виробничих запасів;
- витрати на придбання іноземної валюти;
- виплачені штрафи, пені, неустойки.

3. Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування:

$$\begin{aligned}
& \text{Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування} = \\
& = \text{Прибуток від операційної діяльності} \pm \\
& \pm \text{Прибуток від участі в капіталі (інвестиційної діяльності)} \pm \\
& \pm \text{Прибуток від фінансової діяльності} \pm \\
& \pm \text{Прибуток від іншої звичайної діяльності};
\end{aligned}
\tag{8}$$

$$\begin{aligned}
& \text{Прибуток від участі в капіталі} = \text{Дохід від участі в капіталі} - \\
& - \text{Витрати від участі в капіталі};
\end{aligned}
\tag{9}$$

$$\begin{aligned}
& \text{Прибуток від фінансової діяльності} = \\
& = \text{Доход від фінансової діяльності} - \\
& - \text{Витрати від фінансової діяльності}.
\end{aligned}
\tag{10}$$

Дохід від фінансової діяльності включає:

- випуск і поширення цінних паперів;
- отримані відсотки від надання кредитів;
- отримані дивіденди.

Витрати від фінансової діяльності включають:

- витрати на випуск цінних паперів;
- виплати відсотків за кредитами;
- виплати дивідендів.

Прибуток від іншої звичайної діяльності =

$$= \text{Доход від іншої звичайної діяльності} - \text{Витрати від іншої звичайної діяльності} . \quad (11)$$

Дохід від іншої звичайної діяльності включає:

- продаж об'єктів основних засобів;
- дохід від реалізації фінансових інвестицій.

Витрати від іншої звичайної діяльності включають:

- залишкова вартість реалізованих об'єктів основних засобів;
- собівартість реалізації фінансових інвестицій.

4. Прибуток від звичайної діяльності:

$$\begin{aligned} & \text{Прибуток від звичайної діяльності} = \\ & = \text{Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування} - \\ & - \text{Податок на прибуток від звичайної діяльності}. \end{aligned} \quad (12)$$

5. Чистий прибуток:

$$\begin{aligned} & \text{Чистий прибуток} = \text{Прибуток від звичайної діяльності} \pm \\ & \pm \text{Прибуток від надзвичайної діяльності} - \\ & - \text{Податок на прибуток від надзвичайної діяльності}; \end{aligned} \quad (13)$$

$$\begin{aligned} & \text{Прибуток від надзвичайної діяльності} = \\ & = \text{Доход від надзвичайної діяльності} - \\ & - \text{Витрати від надзвичайної діяльності}. \end{aligned} \quad (14)$$

Види діяльності підприємства.

Звичайна діяльність підприємства – це функціонування підприємства в звичайних умовах.

Прикладом звичайної діяльності є:

- виробництво та реалізація продукції;
- розрахунки з постачальниками і замовниками, працівниками, банківськими установами, податковою інспекцією;
- списання, переоцінка, реалізація виробничих запасів;
- переоцінка короткострокових інвестицій;
- курсові різниці;
- економічні санкції за господарськими договорами, за порушення податкового законодавства.

Надзвичайна діяльність виникає у період техногенний катастроф, стихійних лих, пожеж, повеней, аварій.

Звичайна діяльність поділяється на операційну, фінансову, інвестиційну та іншу звичайну.

Операційна діяльність включає основну діяльність, адміністративні витрати, витрати на збут та витрати від іншої операційної діяльності.

Основна діяльність – це те, заради чого існує підприємство, вона пов'язана з виробництвом продукції.

Фінансова діяльність приводить до зміни розміру та складу власного і позикового капіталу підприємства. Це операції з випуску акцій, отримання та погашення позик, виплати дивідендів.

Доходи і витрати підприємства за видами діяльності відповідно до «Звіту про фінансові результати» (табл. 1).

Таблиця 1 – Доходи й витрати підприємства за видами діяльності у відповідності до «Звіту про фінансові результати»[2]

Доходи	Витрати
Основна діяльність підприємства	
Дохід від реалізації: – готової продукції – товарів – робіт, послуг	Собівартість реалізації: – готової продукції – товарів – робіт, послуг
Операційна діяльність підприємства	
	Адміністративні витрати Витрат на збут
Дохід від іншої операційної діяльності:	Витрати від іншої операційної діяльності:
	– витрати на наукові дослідження й розробку нових видів продукції;
– реалізація іноземної валюти;	– собівартість реалізованої іноземної валюти;
– реалізація виробничих запасів;	– собівартість реалізованих виробничих запасів;
– доходи від операційної оренди;	– витрати, пов'язані з об'єктами, що здаються в оренду;
– позитивні операційні курсові різниці (перерахунок грошових коштів в іноземній валюті за операційною діяльністю);	– втрати від операційних курсових різниць;
– отримані штрафи, пені, неустойки	– виплачені штрафи, пені, неустойки;
– відшкодування раніше списаних активів;	– втрати від знецінення запасів;
– списання кредиторської заборгованості;	– нестачі й втрати від знецінення цінностей;
– отримані гранти, субсидії.	– сумнівні й безнадійні борги;
	– інші витрати операційної діяльності.
Звичайна діяльність підприємства	

Інвестиційна діяльність підприємства (участь в капіталі)	
– дохід від інвестицій в асоційовані підприємства;	– витрати від інвестицій в асоційовані підприємства;
– дохід від інвестицій у спільну діяльність підприємств;	– витрати від інвестицій у спільну діяльність підприємств;
– дохід від інвестицій в дочірні підприємства.	– витрати від інвестицій в дочірні підприємства.
Фінансова діяльність підприємств	
– отримані дивіденди;	
– отримані відсотки від надання кредитів.	– виплачені відсотки за кредитами.
Інша звичайна діяльність підприємства	
– дохід від реалізації необоротних активів (основних засобів);	– собівартість реалізованих необоротних активів (основних засобів);
– дохід від реалізації фінансових інвестицій;	– собівартість реалізованих фінансових інвестицій;
– дохід від реалізації майнових комплексів;	– собівартість реалізованих майнових комплексів;
– позитивна неопераційна курсова різниця (перерахунок грошових коштів в іноземній валюті за інвестиційною й фінансовою діяльністю, наприклад, валютні кредити);	– втрати від не операційної курсової різниці;
– безкоштовно отримані активи.	– уцінка необоротних активів й фінансових інвестицій;
	– списання необоротних активів.
	Податок на прибуток від звичайної діяльності.
Надзвичайна діяльність	
– відшкодування збитків від надзвичайних подій за рахунок страхових виплат.	– збитки від стихійних лих, техногенних катастроф.
	Податок на прибуток від надзвичайної діяльності.

2 Напрями використання прибутку [5]

У фінансовій політиці підприємства велике значення має розподіл і використання отриманого прибутку як основного джерела фінансування інвестиційних потреб і задоволення економічних інтересів власників (інвесторів).

Із загального прибутку сплачується податок згідно з умовами, передбаченими законодавством про оподаткування прибутку підприємства. Прибуток, що залишається після оподаткування (чистий прибуток) надходить у повне розпорядження підприємства та використовується згідно з його статутом і рішеннями власників.

Відповідно до основних напрямків використання цей прибуток можна розділити на дві частини: 1) прибуток, що спрямовується за межі підприємства у вигляді виплат власникам корпоративних прав, персоналу підприємства за результатами роботи (як заохочувальний захід), на соціальну підтримку тощо (*розподілений прибуток*); 2) прибуток, що залишається на підприємстві і є фінансовим джерелом його розвитку. Останній спрямовується на створення резервного фонду і інвестиційного резерву (*нерозподілений прибуток*). Резервний фонд є фінансовим компенсатором можливих відхилень від нормального обороту коштів або джерелом покриття додаткової потреби в них. Для господарських товариств законодавчо закріплена мінімальна величина резервного (страхового) фонду на рівні, не менше 25%; статутного фонду. При цьому розмір щорічних відрахувань до резервного (страхового) фонду передбачається установчими документами, але не може бути меншим 5% суми чистого прибутку за цей період.

Таку загальну схему розподілу прибутку можна конкретизувати стосовно підприємств із різними організаційно-правовими формами. Це стосується перш за все акціонерних товариств (підприємств). Як відомо, власники акцій одержують частину корпоративного прибутку у вигляді дивідендів (доходу інвесторів на вкладений капітал). Щодо акціонерного підприємства дивіденди можна розглядати як плату за залучення від продажу акцій капітал.

Розподіл прибутку на виплату дивідендів та інвестування є фінансовою проблемою, яка істотно та неоднозначно впливає на фінансову стабільність і перспективу розвитку підприємства. Спрямування достатньої суми прибутку на виплату дивідендів і високий їх рівень збільшують попит на акції та підвищують їх ринковий курс. Водночас обмежується власне джерело фінансування, ускладнюються вирішення завдань перспективного розвитку підприємства. Зрозуміло, що низький рівень дивідендів веде до протилежних наслідків. З урахуванням цих обставин акціонерне товариство (підприємство) мусить вибирати таку дивідендну політику, яка відповідала б конкретним умовам його діяльності.

Таким чином, можна підвести підсумок, що чистий прибуток (після виплати податків) розподіляється відповідно до Статуту підприємства.

Як правило, розподіл здійснюється за трьома фондам.

1. Фонд накопичення призначений для фінансування витрат, пов'язаних з розвитком підприємства.

Фонд накопичення витрачається на:

– збільшення майна підприємства;

- придбання основних засобів;
- збільшення оборотних засобів;
- реконструкцію діючих виробництв;
- розробка і освоєння нових видів продукції;
- погашення довгострокових позик банків і відсотків за ними;
- вклади в статутні фонди інших підприємств.

2. Фонд споживання використовується на:

- одноразове заохочення працівників, що відзначилися при виконанні особливо важливих завдань;
- надання одноразової допомоги;
- будівництво і капітальний ремонт житлових фондів, дитячих садків, які перебувають на балансі підприємства;
- дотації на харчування в їдальнях;
- путівки в оздоровчі табори школярам;
- культурно-побутове обслуговування працівників.

3. Резервний фонд – призначений для фінансування непередбачених витрат і забезпечення фінансової стійкості підприємства.

З резервного фонду покриваються:

- збитки від стихійних лих;
- погашення безнадійної дебіторської заборгованості;
- виплата дивідендів за привілейованими акціями у разі відсутності прибутку.

Кошти цих фондів мають строго цільове призначення. Їх використання відбувається на підставі кошторисів витрат, які розробляються фінансовою службою підприємства.

Лекція 22 Поняття рентабельності діяльності підприємства, класифікація видів рентабельності

План лекції

1. Поняття рентабельності діяльності підприємства, класифікація видів рентабельності

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник/* за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ, 2009. 816 с.

2. *Економіка підприємства : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти /* Н. Ю. Рекова, Є. О. Підгора, В. В.Ровенська, В. С. Рижиков, О. В. Латишева, І. Ю. Єрфорт, Т. П. Гітис, І. І. Смирнова, С. В. Касьянюк. Краматорськ : ДДМА, 2021. 248 с. URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20\(2\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20(2).pdf).

1 Поняття рентабельності діяльності підприємства, класифікація видів рентабельності

Економічна доцільність функціонування будь-якого підприємства, результативність його фінансової діяльності оцінюється станом формування та використання прибутку. Тому прибуток підприємства постійно повинен бути об'єктом ретельного фінансового аналізу [5].

За методологічну основу такого аналізу на підприємстві будь-якої форми власності беруть діючу модель формування та використання прибутку. Під *формуванням прибутку* розуміють процес його утворення при здійсненні господарсько-фінансової діяльності. *Управління процесом формування прибутку* – означає управління обсягом реалізації продукції, тобто кількістю і ціною продукції, здійснювати господарську діяльність з найменшими втратами у вигляді штрафів та інших санкцій [5].

Прибутковість підприємства вимірюється двома показниками – прибутком і рентабельністю.

Прибуток виражає абсолютний ефект без урахування використовуваних ресурсів. Тому для аналізу його доповнюють показником рентабельності.

Отже, **прибуток** є **абсолютним показником** прибутковості діяльності підприємства. Він оцінюється сумою грошових коштів в абсолютному вираженні. За цією величиною важко судити багато це гривень або мало для даного підприємства або продукції.

Тому пропонується такий **відносний показник** як **рентабельність**, виражений у відсотках. За показником рентабельності вже можна проводити порівняння різних видів продукції і різних підприємств.

Рентабельність – це якісний, відносний показник, ефективності функціонування підприємства, що характеризує рівень віддачі витрат або ступінь використання ресурсів у процесі виробництва і реалізації продукції. У загальній формі рентабельність розраховується як відношення прибутку до витрат або ресурсів. Рентабельність має кілька модифікованих форм залежно від того, які саме прибуток і витрати або ресурси використовують у розрахунках.

Отже, розрізняють такі види рентабельності.

1. Рентабельність продукції – характеризує вигідність виробництва продукції, що виготовляється і реалізується підприємством; цей показник використовується при внутрішньогосподарських аналітичних розрахунках, при контролі прибутковості, при впровадженні нових видів продукції.

$$P_{\text{прод}} = \frac{\text{ВП}}{C_p} \cdot 100\% = \frac{C_{\text{опт}} - C_p}{C_p} \cdot 100\%, \quad (1)$$

де ВП – валовий прибуток від реалізації одиниці продукції, грн;

$C_{\text{опт}}$ – оптова ціна одиниці продукції, грн;

C_p – собівартість одиниці реалізованої продукції, грн.

Чітких рекомендацій щодо величини рентабельності продукції немає, підприємство порівнює свої показники з показниками рентабельності конкурентів.

2. Рентабельність підприємства або рентабельність виробництва або загальна рентабельність виробництва – характеризує прибутковість підприємства по відношенню до всіх ресурсів, що знаходяться в розпорядженні підприємства і визначається як відношення чистого прибутку до виробничих фондів підприємства – основних і оборотних.

$$P_{\text{заг}} = \frac{\text{ЧП}}{\Phi_{\text{ср.р}} + \Phi_{\text{оз}}} \cdot 100\%, \quad (2)$$

де ЧП – чистий прибуток, грн;

$\Phi_{\text{ср.р}}$ – середньорічна вартість основних засобів, грн;

$\Phi_{\text{оз}}$ – середня величина оборотних засобів, грн.

Щоб оцінити, наскільки ефективно працює підприємство, можна використовувати такі величини:

0–10 % – незадовільно;

10–15 % – задовільно;

15–20 % – середньо;

20–25 % – добре;

25–30 % – відмінно;

більше 30% – прекрасно.

3. Рентабельність основних засобів.

$$P_{\text{оснз}} = \frac{\text{ЧП}}{\Phi_{\text{ср.р}}} \cdot 100\%. \quad (3)$$

4. Рентабельність сукупних активів (рентабельність сукупного капіталу або економічна рентабельність) характеризує ефективність використання усього майна підприємства.

$$P_A = \frac{\text{П}_{\text{зв.д.до оп}}}{\text{Валюта балансу (СА)}} \cdot 100\%, \quad (4)$$

де $\text{П}_{\text{зв.д.до оп}}$ – прибуток від звичайної діяльності до оподаткування, грн;

СА – середня сума сукупних активів балансу підприємства, грн.

5. Рентабельність продажів валова – характеризує ефективність реалізації продукції, це відношення валового прибутку до чистого доходу (чистої виручки).

$$P_{\text{продаж валова}} = \frac{\text{ВП}}{\text{ЧД}} \cdot 100\%, \quad (5)$$

де ЧД (ЧВ) – чистий дохід (чиста виручка), грн.

Рентабельність продажів операційна.

$$P_{\text{продаж операц}} = \frac{P_{\text{операц.діял}}}{\text{ЧД}} \cdot 100\%, \quad (6)$$

де $P_{\text{операц.діял}}$ – прибуток від операційної діяльності, грн.

Рентабельність продажів чиста.

$$P_{\text{продаж чиста}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ЧД}} \cdot 100\%, \quad (7)$$

де ЧП – чистий прибуток, грн.

Основні напрямки зростання прибутку і рентабельності виробництва:

1. Зниження собівартості продукції.
2. Підвищення продуктивності праці.
3. Зростання фондівіддачі.
4. Економія матеріальних ресурсів.
5. Вибір найбільш вигідних умов продажу продукції на ринку та вигідних ринків збуту.

Лекція 23. Поняття фінансово-економічного стану підприємства

План лекції

1. Поняття фінансово-економічного стану підприємства

Завдання на самостійну роботу студента

1. Загальна характеристика фінансової діяльності підприємства (організації)

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник/* за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ, 2009. 816 с.
2. *Економіка підприємства : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти /* Н. Ю. Рекова, Є. О. Підгора, В. В.Ровенська, В. С. Рижиков, О. В. Латишева, І. Ю. Єрфорт, Т. П. Гітис, І. І. Смирнова, С. В. Касьянюк. Краматорськ : ДДМА, 2021. 248 с. URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20\(2\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Економіка%20підприємства_Підгора_2%20(2).pdf).

1 Поняття фінансово-економічного стану підприємства

Фінансово-економічний стан підприємства характеризується сукупністю показників, які відображають стан капіталу в процесі його кругообігу, а також здатність підприємства фінансувати свою діяльність на

фіксований момент часу. Здатність підприємства результативно функціонувати і розвиватися, зберігати рівновагу своїх активів і пасивів в надзвичайно динамічному середовищі бізнесу, постійно підтримувати свою платоспроможність і фінансову стійкість свідчить про його позитивний фінансово-економічний стан. Відповідно до цього аналіз фінансово-економічного стану є суттєвим елементом управління підприємством. У ринковій економіці фінансово-економічний стан фірми відображає, по суті, кінцеві результати його діяльності. При цьому такі результати цікавлять не тільки власників і керівництво суб'єкта господарювання, а й його працівників, контрагентів, фінансів-кредитні установи, державні органи. Ідентифікація фінансово-економічного стану підприємства є також метою його конкурентів, але вже в іншому аспекті – виявленні слабких сторін підприємства, адже вони зацікавлені в ослабленні позицій суперника на ринку.

Етимологічно слово «аналіз» (від грецького analysis) означає розгляд, вивчення, наукове дослідження будь-чого шляхом ділення, розкладання цілого на складові. Такий підхід дозволяє зрозуміти внутрішню суть і природу процесів та явищ, їх залежність від різних факторів. У загальному вигляді аналіз – це спосіб, технологія, процедура аналітичної (розумової) або реальної декомпозиції предмета дослідження на складові з метою його вивчення.

Основною метою діагностики фінансово-економічного стану є отримання відносно невеликої кількості ключових показників, що дають комплексне уявлення про обсяги, структуру і ефективності використання капіталу та інших ресурсів підприємства. При цьому дослідника-аналітика цікавить не тільки сьогодення фінансово-економічного стану підприємства, але і його прогнозування в перспективі. Виходячи з цього, основними завданнями діагностики фінансово-економічного стану підприємства є:

- виявлення сильних і слабких сторін фінансово-економічного стану підприємства;
- ідентифікація факторів і причин досягнутого стану;
- підготовка і обґрунтування управлінських рішень;
- виявлення і мобілізація резервів підвищення ефективності діяльності підприємства;
- прогнозування фінансових результатів і розробка моделей фінансово-економічного стану і альтернативних варіантів використання ресурсів.

У практиці фінансово-економічного аналізу виділяють такі методи його здійснення:

Горизонтальний (часовий) аналіз – порівняння кожної позиції звітності з попереднім періодом. Такий аналіз передбачає побудову однієї або декількох аналітичних таблиць, у яких абсолютні балансові показники доповнюються відносними темпами динаміки.

Вертикальний (структурний) аналіз – визначення структури підсумкових фінансових показників з оцінюванням впливу кожної позиції

на результат у цілому. Такий аналіз дозволяє ідентифікувати частку окремих статей балансу в його загальній сумі. При цьому обов'язковим елементом аналізу є динамічні ряди цих величин, за допомогою яких можна відстежити і прогнозувати структурні зміни в складі активів і джерел їх покриття.

Трендовий аналіз – зіставлення кожної позиції звітності з рядом попередніх періодів і виявлення тренда, тобто основної тенденції динаміки показника, очищеної від впливу випадкових чинників і індивідуальних особливостей окремих періодів. На основі рівняння тренду розраховують найбільш імовірні значення показників в майбутньому.

Аналіз відносних показників (коефіцієнтів) – визначення співвідношення між окремими позиціями певного звіту або показниками з різних форм фінансової звітності, визначення тісноти і дослідження характеру взаємозв'язку між ними.

Порівняльний аналіз – аналіз окремих фінансових показників дочірніх підприємств, підрозділів, цехів, а також порівняння фінансових показників підприємства з параметрами конкурентів, з середньогалузевими і середніми загальноекономічними даними.

Факторний аналіз – вивчення впливу окремих факторів (причин) на результативні показники за допомогою прийомів аналізу.

Як основний інструмент дослідження фінансово-економічного стану підприємства широко використовуються фінансові коефіцієнти – відносні показники фінансових параметрів суб'єкта господарювання, що відображають співвідношення окремих абсолютних показників.

Важливим моментом здійснення діагностики фінансово-економічного стану підприємства є порівняння фінансових показників об'єкта з базисними (нормативними) величинами, аналогічними показниками інших підприємств або їх середньогалузевими значеннями; виявлення динаміки показників і тенденцій зміни фінансово-економічного стану; визначення допустимих обмежень і критеріїв окремих аспектів фінансово-майнового стану.

Діагностику фінансово-економічного стану за суб'єктами здійснення ділять на дві, істотно різні за програмними цілями і обсягами, категорії: внутрішній і зовнішній аналіз. *Внутрішній фінансово-економічний аналіз* – це процес дослідження механізму формування, розміщення та використання капіталу з метою пошуку резервів зміцнення фінансово-економічного стану, підвищення прибутковості і збільшення власного капіталу підприємства. *Зовнішній аналіз* має на меті діагностування стану підприємства з метою прогнозування ступеня ризику інвестування капіталу та рівня його прибутковості, доцільність співпраці з підприємством або виявлення його слабких місць.

Для оцінювання фінансово-економічного стану підприємства необхідна відповідна інформаційна база. До неї відноситься: баланс підприємства і звіт про фінансові результати.

Баланс підприємства – підсумковий синтетичний документ про склад активів діяльності підприємства і джерела їх формування в грошовій формі на певну дату (кінець кварталу, року). Зміст і формування балансу підприємства в Україні визначає Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2 «Баланс», спрощена форма якого представлена в табл. 1.

Таблиця 1 – Структура балансу підприємства

АКТИВ	ПАСИВ
<p>Розділ 1. Необоротні активи</p> <ul style="list-style-type: none"> – нематеріальні активи; – незавершене будівництво; – основні засоби; – довгострокові фінансові інвестиції; – довгострокова дебіторська заборгованість; – відстрочені податкові активи; – інші необоротні активи 	<p>Розділ 1. Власний капітал</p> <ul style="list-style-type: none"> – уставний капітал; – паєвий капітал; – додатково вкладений капітал; – інший додатковий капітал; – резервний капітал; – нерозподілений прибуток (непокриті збитки); – неоплачений капітал; – вилучений капітал
<p>Розділ 2. Оборотні активи</p> <ul style="list-style-type: none"> – запаси; – векселя отримані; – дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги; – дебіторська заборгованість за розрахунками; – інша поточна дебіторська заборгованість; – поточні фінансові інвестиції; – грошові засоби; – інші оборотні активи 	<p>Розділ 2. Забезпечення майбутніх витрат і платежів</p> <ul style="list-style-type: none"> – забезпечення виплат персоналу; – інше забезпечення; – цільове фінансування
	<p>Розділ 3. Довгострокові зобов'язання</p> <ul style="list-style-type: none"> – довгострокові кредити банків; – інші довгострокові фінансові зобов'язання; – відстрочені податкові зобов'язання
	<p>Розділ 4. Поточні зобов'язання</p> <ul style="list-style-type: none"> – короткострокові кредити банків; – поточні зобов'язання по довгостроковим зобов'язанням; – векселя видані; – кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги; – поточні зобов'язання за розрахунками; – інші поточні зобов'язання
<p>Розділ 3. Витрати майбутніх періодів</p>	<p>Розділ 5. Доходи майбутніх періодів</p>
<p>ВСЬОГО АКТИВІВ</p>	<p>ВСЬОГО ПАСИВІВ</p>

Баланс має дві однакових за сумою частин: актив, де представлений склад майна підприємства (активи), і пасив, що характеризує джерела його формування.

Активи за своєю суттю діляться на матеріальні, нематеріальні і фінансові, які розрізняються по такій характеристиці, як *ліквідність*, тобто більшою чи меншою здатністю перетворюватися в платіжні засоби – готівкові гроші. Найбільшу (абсолютну) ліквідність мають гроші і цінні папери, які можуть бути засобами платежу або швидко реалізованих на ринку (короткострокові фінансові вкладення), найменшу – специфічні об'єкти основних засобів і нематеріальних активів.

У пасиві балансу джерела засобів формування майна підприємства (організації) розділені на п'ять розділів, хоча їх також можна віднести до двох укрупнених груп: власного та прирівняного до нього і позикового та прирівняного до нього капіталу. *Власний капітал* утворюється з двох основних джерел. Перше джерело – внески власника підприємства (організації) або номінальна вартість проданих акцій акціонерного товариства. Цю складову власного капіталу вітчизняних суб'єктів господарювання називають *статутним капіталом (фондом)*. Другим основним джерелом є акумульований (нерозподілений між власниками і найманими працівниками) прибуток від виробничо-господарської діяльності підприємства (організації), а також кошти, отримані від зростання номінальної вартості акцій товариства. При проведенні фінансового аналізу до власного капіталу прирівнюють п'ятий розділ балансу «Доходи майбутніх періодів», до якого відносяться доходи, отримані підприємством протягом поточного або попередніх звітних періодів, які, проте, відносяться до майбутніх звітних періодів (наприклад, передоплата за продукцію).

Боргові джерела формування майна підприємства в балансі ділять на довго– і короткострокові. *Довгострокові* – це ті зобов'язання, які погашаються не раніше ніж через рік від дати складання балансу (Розділ III «Довгострокові зобов'язання»), *короткострокові* – в межах року (Розділ IV «Поточні зобов'язання»). *Короткострокові боргові зобов'язання* включають не тільки кредити, а й різні форми кредиторської заборгованості: за отримані товари, аванси, видані векселі, за розрахунками з оплати праці, виплати податків, обов'язкових відрахувань на соціальні заходи тощо. До складу елементів позикового капіталу в більшості випадків відносять і інші розділи пасиву «Забезпечення майбутніх витрат і платежів». Це пояснюється тим, що в складі цього розділу відображаються нараховані у звітному періоді майбутні витрати та платежі (витрати на оплату майбутніх відпусток, гарантійні зобов'язання тощо), величина яких на дату складання балансу може бути визначена тільки шляхом попереднього (прогнозного) оцінювання, а також залишки коштів цільового фінансування і цільових надходжень, які отримані з бюджету та інших джерел.

Слід пам'ятати, що сума пасивів балансу завжди дорівнює сумі активів, тобто балансова вартість майна суб'єкта господарювання дорівнює сумі джерел його формування. Співвідношення між окремими групами активів і пасивів балансу мають важливе економічне значення та використовуються для оцінювання та діагностики фінансового стану підприємства.

Структура балансу в більшості випадків є подібною для підприємств, представників однієї галузі, однак для всіх суб'єктів господарювання загальними позитивними ознаками динаміки балансу є збільшення його валюти, що свідчить про зростання масштабів діяльності, і пропорційність обсягів окремих розділів і статей, що вказує на фінансову стійкість фірми.

Крім того, до важливих джерел даних для здійснення діагностики фінансово-економічного стану підприємства відносяться: звіт про рух грошових коштів (Форма № 3), звіт про власний капітал (Форма № 4), інші форми статистичної звітності, дані маркетингових досліджень і бізнес-планів фірми, а також зовнішні джерела інформації.

Оцінювання фінансово-економічного стану підприємства на фіксовану дату здійснюється на основі аналізу системи розрахункових показників.

1. Прибутковість оцінюється наступними показниками:
 - валовий прибуток;
 - чистий прибуток;
 - рентабельність: активів, власного капіталу, акціонерного капіталу, продукції, одного виробу, продаж.
2. Ділова активність оцінюється наступними показниками:
 - оборотність активів;
 - оборотність товарно-матеріальних запасів;
 - середній термін оплати дебіторської заборгованості;
 - середній термін оплати кредиторської заборгованості.
3. Фінансова стійкість оцінюється наступними показниками:
 - коефіцієнт автономії;
 - коефіцієнт забезпеченості боргів;
 - коефіцієнт перманентного капіталу;
 - коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів (ліверидж);
 - ефект фінансового важеля.
4. Платоспроможність оцінюється наступними показниками:
 - коефіцієнт загальної ліквідності;
 - коефіцієнт термінової ліквідності;
 - коефіцієнт абсолютної ліквідності.

ТЕСТИ

До витрат від іншої операційної діяльності відносять:

1. собівартість реалізованої іноземної валюти;
2. витрати на утримання основних засобів, інших матеріальних необоротних активів, пов'язаних зі збутом продукції, товарів, робіт і послуг;
3. суму безнадійної дебіторської заборгованості;
4. втрати від знецінення запасів;
5. виплачені штрафи, пені, неустойки;

До складу витрат від іншої звичайної діяльності входять витрати, які виникають під час звичайної діяльності (крім фінансових витрат), але вони не пов'язані з виробництвом і реалізацією продукції:

1. собівартість реалізованих фінансових інвестицій;
2. втрати від знецінення запасів;
3. собівартість реалізованих необоротних активів, майнових комплексів;
4. втрати від неопераційної курсових різниць;
5. витрати на наукові дослідження і розробку нових видів продукції;

Витрати, пов'язані з ліквідацією наслідків стихійного лиха, технічних катастроф, аварій, відшкодування збитків від надзвичайних подій, – це:

1. витрати від надзвичайної діяльності;
2. витрати від звичайної діяльності;
3. витрати від операційної діяльності;

З основною діяльністю підприємства пов'язані витрати:

1. адміністративні;
2. інвестиційні;
3. фінансові;
4. виробничі;
5. витрати на збут;

Доходи від реалізації фінансових інвестицій відносяться до:

1. доходів від іншої звичайної діяльності підприємства;
2. операційних доходів підприємства;
3. доходів від участі в капіталі;

Доходи від реалізації іноземної валюти відносяться до:

1. фінансових доходів;
2. доходів від іншої звичайної діяльності підприємства;
3. доходів від іншої операційної діяльності підприємства;

Валовий прибуток характеризує:

1. виручку від реалізації, зменшену на податок на додану вартість, акцизний збір і собівартість реалізованої продукції;
2. прибуток від звичайної та надзвичайної діяльності до оподаткування;
3. прибуток від звичайної діяльності до оподаткування;

Прибуток від операційної діяльності визначається як:

1. виручка від реалізації, зменшена на податок на додану вартість, акцизний збір і собівартість реалізованої продукції;
2. валовий прибуток – адміністративні витрати – витрати на збут ± прибуток від іншої операційної діяльності;
3. валовий прибуток – адміністративні витрати – витрати на збут;

Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування розраховується як:

1. валовий прибуток ± прибуток від фінансової діяльності ± прибуток від іншої звичайної діяльності;
2. чистий прибуток – податок на прибуток;
3. прибуток від операційної діяльності ± прибуток від фінансової діяльності ± прибуток від участі в капіталі ± прибуток від іншої звичайної діяльності;

Основною умовою отримання підприємством певної суми прибутку є:

1. перевищення валових доходів над валовими витратами;
2. здійснення господарської діяльності в певному обсязі;
3. виробництво товарів, які користуються попитом;

Прибуток підприємства – це:

1. показник здійснення господарської діяльності в певному обсязі;
2. показник, який визначає мету підприємницької діяльності;
3. показник, який характеризує основний результат діяльності підприємства;
4. показник виробництва товарів, які користуються попитом;

Дохід, який отримує підприємство від здачі майна в оренду, є доходом від:

1. іншої операційної діяльності;
2. реалізації продукції, робіт, послуг;
3. участі в капіталі;

Чистий прибуток підприємства відрізняється від прибутку від звичайної діяльності після оподаткування на величину:

1. алгебраїчної суми доходів від надзвичайної діяльності та витрат від надзвичайної діяльності і в разі позитивного фінансового результату податку на прибуток від надзвичайної діяльності;
2. відсотків за довгострокові кредити;
3. податку на прибуток;

Рентабельність – це:

1. частина виручки, яка залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу і комерційну діяльність підприємства;
2. різниця між виручкою і прямими витратами;
3. відносний показник ефективності діяльності підприємства;
4. відношення валових витрат на виробництво до обсягу товарної продукції;

Рентабельність продукції визначається як співвідношення:

1. валового прибутку до обсягу реалізації продукції;
2. валового прибутку до середньої вартості майна підприємства;
3. валового прибутку до собівартості реалізованої продукції;
4. валового прибутку до середньої вартості основних і оборотних засобів;

Рентабельність підприємства визначається як співвідношення:

1. чистого прибутку до обсягу реалізації продукції;
2. чистого прибутку до собівартості реалізованої продукції;
3. чистого прибутку до середньої вартості майна підприємства;
4. чистого прибутку до середньої вартості основних і оборотних засобів;

Реалізація іноземної валюти відноситься до:

1. доходу від іншої звичайної діяльності;
2. доходу від фінансової діяльності;
3. доходу від іншої операційної діяльності;
4. до валового доходу;
5. до надзвичайного доходу;

Реалізація виробничих запасів відноситься до:

1. доходу від іншої звичайної діяльності;
2. доходу від фінансової діяльності;
3. доходу від іншої операційної діяльності;
4. до валового доходу;
5. до надзвичайного доходу;

Випуск і поширення цінних паперів відноситься до:

1. доходу від іншої операційної діяльності;
2. доходу від фінансової діяльності;
3. доходу від іншої звичайної діяльності;
4. до валового доходу;
5. до надзвичайного доходу;

Отримання відсотків від надання кредитів відноситься до:

1. доходу від іншої операційної діяльності;
2. доходу від іншої звичайної діяльності;
3. доходу від фінансової діяльності;

4. до валового доходу;
5. до надзвичайного доходу;

Отримання дивідендів відноситься до:

1. доходу від фінансової діяльності;
2. доходу від іншої операційної діяльності;
3. доходу від іншої звичайної діяльності;
4. до валового доходу;
5. до надзвичайного доходу;

Продаж об'єктів основних засобів відноситься до:

1. доходу від іншої звичайної діяльності;
2. доходу від фінансової діяльності;
3. доходу від іншої операційної діяльності;
4. до валового доходу;
5. до надзвичайного доходу;

ЗАДАЧІ

Задача 1.

Визначити чистий прибуток фірми, що займається виробництвом програмних продуктів. Собівартість реалізації одного прикладного пакета – 26,5 т.грн., адміністративні витрати на виробництво 160 пакетів на рік – 329 т.грн., витрати на їх реалізацію – 184 т.грн.. Виручка від реалізації – 7 100 т.грн.

Доходи фірми від інвестиційної діяльності 360 т.грн., від фінансової діяльності 250 т.грн. Ставка податку на прибуток – 18%.

Розв'язання

1. Визначення чистого доходу від реалізації продукції:

$$\text{ЧД} = \text{В} - \text{АЗ} - \text{ПДВ} = 7\,100 - \frac{1}{6} \cdot 7\,100 = 7\,100 - 1\,183,33 = 5\,916,67 \text{ т.грн.}$$

2. Визначення прибутку від основної діяльності (валового прибутку):

$$\text{П}_{\text{осн.діял}}(\text{ВП}) = \text{ЧД} - \text{С}_p = 5\,916,67 - 160 \cdot 26,5 = 5\,916,67 - 4\,240 = 1\,676,67 \text{ т.грн.}$$

3. Визначення прибутку від операційної діяльності:

$$P_{\text{оп. діял}} = \text{ВП} - \text{АВ} - \text{ВЗ} \pm P_{\text{інш. опер. діял}} = 1\,676,67 - 329 - 184 = 1\,163,67 \text{ т. грн.}$$

4. Визначення прибутку від звичайної діяльності до оподаткування:

$$P_{\text{зв. діял. до оподат}} = P_{\text{оп. діял}} \pm P_{\text{уч. кап}} \pm P_{\text{фін. діял}} \pm P_{\text{інш. звич. діял}} = 1\,163,67 + 360 + 250 = 1\,773,67 \text{ т. грн.}$$

5. Визначення прибутку від звичайної діяльності:

$$P_{\text{зв. діял}} = P_{\text{зв. діял. до опод}} - \text{Податок на приб. від . зв. діял.} = 1\,773,67 - 1\,773,67 \cdot 0,18 = 1\,773,67 - 319,26 = 1\,454,41 \text{ т. грн.}$$

6. Суб'єкт господарювання не має фінансового результату від надзвичайної діяльності. Тому чистий прибуток збігається з прибутком від звичайної діяльності.

$$\text{ЧП} = P_{\text{зв. діял}} = 1\,454,41 \text{ т. грн.}$$

Задача 2.

Дохід підприємства від реалізації продукції становить 2 228 864,4 т.грн. Собівартість реалізованої продукції підприємства – 1 210 763 т.грн., адміністративні витрати – 37 749 т.грн., витрати на збут – 24 310 т.грн.

Підприємство отримало 21 884 т.грн. доходу від реалізації матеріалів, собівартість яких становить 21 989 т.грн. Дохід від операційної оренди активів складає 828 т.грн. Сума безнадійної дебіторської заборгованості становить 328 т.грн., недостачі і втрати від псування цінностей мають суму 208 т.грн., призначені підприємству штрафи, пені – 937 т.грн.

У звітному році підприємство отримало дохід від участі в капіталі ТОВ «Київський торговий дім» – 4 832 т.грн., втрати від участі в капіталі інституту кольорових металів – 439 т.грн. Дохід підприємства від фінансової діяльності 1 355 т.грн., витрати підприємства на відсотки за використання отриманих кредитів – 81 371 т.грн.

У розрахунковому періоді підприємство потерпіло від стихійного лиха. Збитки від надзвичайної ситуації склали 40 т.грн. Страхові відшкодування підприємство отримало у сумі 65 т.грн.

Розрахувати величину чистого прибутку підприємства. Ставка податку на прибуток – 18%.

Розв'язання

1. Визначення чистого доходу від реалізації продукції:

$$\text{ЧД} = \text{В} - \text{АЗ} - \text{ПДВ} = 2\,228\,864,4 - \frac{1}{6} \cdot 2\,228\,864,4 = 2\,228\,864,4 - 371\,477,4 = 1\,857\,387 \text{ т. грн.}$$

2. Визначення прибутку від основної діяльності (валового прибутку):

$$\text{П}_{\text{осн.діял}}(\text{ВП}) = \text{ЧД} - \text{С}_p = 1\,857\,387 - 1\,210\,763 = 646\,624 \text{ т. грн.}$$

3. Визначення прибутку від операційної діяльності:

$$\text{П}_{\text{оп.діял}} = \text{ВП} - \text{АВ} - \text{ВЗ} \pm \text{П}_{\text{інш.опер.діял}} = 646\,624 - 37\,749 - 24\,310 + 21\,884 - 21\,989 + 828 - 328 - 208 - 937 = 583\,815 \text{ т. грн.}$$

4. Визначення прибутку від звичайної діяльності до оподаткування:

$$\text{П}_{\text{зв.діял.до оподат}} = \text{П}_{\text{оп.діял}} \pm \text{П}_{\text{уч.кап}} \pm \text{П}_{\text{фін.діял}} \pm \text{П}_{\text{інш.зв.діял}} = 583\,815 + 4\,832 - 439 + 1\,355 - 81\,371 = 508\,192 \text{ т. грн.}$$

5. Визначення прибутку від звичайної діяльності:

$$\text{П}_{\text{зв.діял}} = \text{П}_{\text{зв.діял.до оподат}} - \text{Податок на приб. від зв. діял.} = 508\,192 - 508\,192 \cdot 0,18 = 508\,192 - 91\,474,56 = 416\,717,44 \text{ т. грн.}$$

6. Визначення чистого прибутку підприємства:

$$\begin{aligned} \text{ЧП} &= \text{П}_{\text{зв.діял}} - \text{В}_{\text{надзвич.діял}} + \text{Д}_{\text{надзвич.діял}} - \\ &\text{Податок на приб. від надзвич. діял.} = 416\,717,44 - 40 + 65 - 0,18 \cdot 25 = \\ &416\,737,94 \text{ т. грн.} \end{aligned}$$

Задача 3.

Визначити рентабельність виробництва на підставі наступних даних: чистий прибуток становить 110 т. грн., сума основних засобів 120 т.грн., сума оборотних засобів 190 т.грн.

Розв'язання

$$P_{\text{вир-ва}} = \frac{\text{ЧП}}{\Phi_{\text{ср.р}} + \Phi_{\text{оз}}} \cdot 100\% = \frac{110}{120 + 190} \cdot 100\% = 35,5\%$$

де ЧП – чистий прибуток, грн.;

$\Phi_{\text{ср.р}}$ – середньорічна вартість основних засобів, грн.;

$\Phi_{\text{оз}}$ – середня величина оборотних засобів, грн.

Задача 4.

Визначити розмір валового прибутку підприємства, якщо величина виручки становить 662 т.грн., собівартість продукції 158 т.грн.

Розв'язання

$$\text{ВП} = 662 - \frac{1}{6} \cdot 662 - 158 = 662 - 110,33 - 158 = 393,67 \text{ т. грн.}$$

Задача 5.

Визначити прибуток від звичайної діяльності до оподаткування, якщо валовий прибуток підприємства 450 т.грн. Ліквідаційна вартість основних виробничих засобів $\text{ОВЗ}_{\text{лікв1}} - 160$ т.грн., $\text{ОВЗ}_{\text{лікв2}} - 130$ т.грн. Залишкова вартість основних виробничих засобів $\text{ОВЗ}_{\text{зал1}} - 150$ т.грн., $\text{ОВЗ}_{\text{зал2}} - 190$ т.грн.

Розв'язання

$$\text{П}_{\text{зв. діял. до оподат}} = 450 + (160 - 150) + (130 - 190) = 400 \text{ т. грн.}$$

Задача 6.

Визначити прибуток від операційної діяльності підприємства. Виручка від реалізації продукції – 19 400 т.грн., виробнича собівартість продукції – 8 100 т.грн. Витрати на збут – 2%.

Розв'язання

$$\begin{aligned} \text{Поп. діял} &= 19\,400 - \frac{1}{6} \cdot 19\,400 - 8\,100 - 0,02 \cdot 8\,100 = 19\,400 - \\ &3\,233,33 - 8\,100 - 162 = 7\,904,67 \text{ т. грн.} \end{aligned}$$

Задача 7.

Визначити валовий прибуток підприємства, якщо річний обсяг реалізації виробів А – 800 шт. Ціна одиниці продукції А – 402 грн. Собівартість одиниці продукції А – 187 грн.

Розв'язання

$$\begin{aligned} \text{ВП} &= 800 \cdot 402 - \frac{1}{6} \cdot 800 \cdot 402 - 800 \cdot 187 = \\ &= 3\,216\,000 - 53\,600 - 149\,600 = 118\,400 \text{ грн.} \end{aligned}$$

Тема 12. Інвестиційні ресурси підприємства. Інноваційна діяльність підприємства. Ефективність діяльності підприємства (Лекційні заняття – 8 годин)

Лекція 24. Інвестиційні ресурси підприємства: сутність, класифікація інвестицій, поняття капітальних вкладень. Реальні інвестиції

План лекції

1. Сутність й класифікація інвестицій, поняття капітальних вкладень
2. Джерела формування реальних інвестицій
3. Методичні основи оцінки ефективності реальних інвестицій

Завдання на самостійну роботу студента

1. Оцінювання ефективності інвестицій на основі концепції управління вартістю (VBM)

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник/* за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ, 2009. 816 с.

1 Сутність і класифікація інвестицій, поняття капітальних вкладень

Термін «інвестиції» походить від латинського слова «invest», що означає «вкладати».

Відповідно до Закону України «Про інвестиційну діяльність» під **інвестиціями** розуміють всі види майнових та інтелектуальних цінностей, які вкладаються в об'єкти підприємницької діяльності та інші види діяльності з метою отримання прибутку та досягнення соціального ефекту.

До майнових і інтелектуальних цінностей, що вкладаються в підприємницьку діяльність, належать:

- гроші, цільові банківські вкладення, паї, цінні папери;
- рухоме і нерухоме майно (будівлі, споруди, обладнання) та інші матеріальні цінності;
- майнові права, що випливають із авторського права, досвіду та інших матеріальних цінностей;
- сукупність технологічних, технічних, комерційних та інших знань, оформлених у вигляді технічної документації, навички та виробничий досвід, необхідний для організації виробництва, але не запатентований;
- права користування землею, водою, ресурсами, спорудами, будівлями, обладнанням, а також інші матеріальні права та інші цінності (Закон України «Про інвестиційну діяльність», 1991 р.).

У сучасній економічній літературі під **інвестиціями** розуміють вкладення капіталу з метою отримання прибутку.

З розвитком економічної думки змінюються підходи вчених-економістів до визначення головної мети вкладення капіталу на підприємстві. Генезис цієї проблеми дозволяє виділити наступні теорії:

1. Представники класичної економічної думки дотримувалися погляду, що основною метою інвестиційної діяльності підприємства є максимізація прибутку. Ця мета впливала з положення А. Сміта про те, що максимізація прибутку кожним окремим суб'єктом господарювання веде до максимізації загального суспільного добробуту. Вперше вона була чітко сформульована в 1838 р. французьким економістом А. Курно, а потім отримала розвиток в працях представників неокласичної школи. Реалізація цієї мети забезпечувалася шляхом досягнення однакового розміру показників граничного доходу і граничних витрат підприємства.

Пізніше таке формулювання мети інвестиційної діяльності підприємства критикувалася, і було доведено, що максимізація прибутку не завжди супроводжується темпами економічного зростання. Адже значна частка прибутку, яку отримало підприємство, може бути повністю використана на поточні потреби. В результаті підприємство втрачає основне джерело формування власних інвестиційних ресурсів для подальшого розвитку. Крім того, великий прибуток може бути досягнутий за умови високого рівня фінансового ризику, який генерує загрозу банкрутства. Тому в ринкових умовах господарювання показник максимізації величини прибутку можна використовувати як критерій ефективності реальних інвестицій, але не як кінцевий результат.

2. Теорія стійкого економічного зростання основною метою діяльності підприємства висуває положення про забезпечення фінансової рівноваги в процесі інвестиційного розвитку суб'єкта господарювання. Реалізація цієї мети, на думку прихильників цієї теорії, забезпечує тривалий безкризовий інвестиційний розвиток підприємства і поступове розширення обсягу його господарської діяльності. Разом з тим така мета інвестиційної діяльності підприємства мінімізує рівень фінансових ризиків, які пов'язані з інвестуванням капіталу, і не дає можливості в повній мірі реалізувати всі резерви підвищення рентабельності використання капіталу. Крім того, механізм реалізації цієї мети недостатньо пов'язаний з коливаннями кон'юнктури ринку капіталу, які змінюють параметри умов формування і функціонування інвестиційного капіталу конкретного підприємства. Отже, досягнення і підтримання фінансової рівноваги не може розглядатися як головна мета інвестиційної діяльності підприємства, а тільки як одна з головних задач менеджменту капіталу.

3. Сучасна економічна теорія основною метою інвестиційної діяльності підприємства визначає максимізацію його ринкової вартості. Таку думку поділяють всі сучасні теоретики у сфері фінансового менеджменту в сфері фінансового менеджменту та професійного оцінювання вартості бізнесу. Ця мета відображає сукупність таких

чинників, як час, прибутковість, ризик, вартість використаних ресурсів (капіталу).

Таким чином, на сучасному етапі основною метою інвестиційної діяльності підприємства слід вважати зростання ринкової вартості підприємства в результаті здійснення інвестиційної діяльності.

Суб'єктами інвестиційної діяльності (інвесторами і учасниками) можуть бути громадяни і юридичні особи України, інших держав, а також безпосередньо держава. Суб'єкт інвестиційної діяльності, який вкладає капітал в ту чи іншу комерційну діяльність, називається **інвестором**, а сам процес вкладення капіталу – інвестуванням. Юридична або фізична особа, яка є одержувачем інвестицій, називається **реципієнтом**.

Розглянемо класифікацію інвестицій за певними ознаками.

1. За об'єктом вкладення капіталу.

Реальні інвестиції – вкладення капіталу у відтворення основних засобів, нематеріальних активів, в оборотні засоби та інші об'єкти інвестування, які пов'язані із здійсненням операційної діяльності або в трудові ресурси підприємства.

Фінансові інвестиції – вкладення капіталу в різні види фінансових інструментів, здебільшого в цінні папери.

2. За характером участі в інвестиційному процесі.

Прямі інвестиції – передбачають безпосередню участь інвестора у виборі об'єкта інвестування і вкладення капіталу.

Непрямі інвестиції – вкладення капіталу інвестора, яке опосередковане іншими особами (фінансовими посередниками).

3. За терміном інвестування.

Короткострокові – вкладення капіталу терміном до одного року.

Довгострокові – вкладення капіталу терміном більше одного року.

4. За формами власності інвестованого капіталу.

Приватні інвестиції – вкладення капіталу фізичних і юридичних осіб недержавної форми власності.

Державні інвестиції – вкладення капіталу державних підприємств, а також коштів бюджетів різних рівнів і державних позабюджетних фондів.

5. За національною приналежністю капіталу.

Національні інвестиції – вкладення капіталу резидентами певної країни в об'єкти інвестування на її території.

Іноземні інвестиції – вкладення капіталу нерезидентами в об'єкти інвестування певної країни.

Крім того, окремі автори (І. Бланка, 1995, Л. Мельник, 2002) виділяють за об'єктами вкладення капіталу: інноваційні інвестиції (вкладення в нововведення –інновації) і інтелектуальні інвестиції (вкладення в об'єкти інтелектуальної власності, що впливають із авторського і патентного права на промислові зразки і корисні моделі).

Періодичне здійснення витрат капіталу на просте і розширене відтворення основних засобів трактується як **капітальні вкладення**.

З точки зору функціональної цілеспрямованості розрізняють валові і чисті капітальні вкладення. *Валові* капітальні вкладення – це загальна сума одноразових витрат капіталу на просте і розширене відтворення основних засобів, а *чисті* – витрати лише на розширене відтворення. Величину чистих капіталовкладень розраховують шляхом вирахування із загальної суми обсягу капіталовкладень величини амортизаційних відрахувань, які використовуються, як відомо, на просте відтворення основних засобів і іншого майна підприємства.

До складу капітальних вкладень включають:

- 1) вартість будівельно-монтажних робіт;
- 2) вартість усіх видів виробничого устаткування, а також зарахованих до основних засобів інструменту та інвентарю;
- 3) інші капітальні роботи і витрати. До останніх відносяться: вартість земельних ділянок; роботи по глибокому розвідувальному бурінню на нафту, газ і термальну воду; проектні роботи; науково-дослідні роботи; вартість придбаних патентів і ліцензій; витрати на підготовку експлуатаційних кадрів для підприємств, що будуються; вартість нетитульних тимчасових споруд, необхідних для будівництва виробничих об'єктів тощо.

В інвестиційній політиці підприємства дуже важливо приймати обґрунтовані рішення щодо відтворювальної структури капітальних вкладень, котра відображає співвідношення довгострокових витрат на просте і розширене (технічне переозброєння і реконструкція, розширення діючих підприємств і нове будівництво) відтворення основних засобів.

Технічне переозброєння передбачає підвищення технічного рівня виробництва шляхом: заміни застарілого устаткування новим, встановлення додаткового устаткування, освоєння нововведень, модернізацію природоохоронних, вентиляційних, опалювальних систем.

Повна або часткова реконструкція здійснюється шляхом заміни морально і фізично зношеного устаткування; механізації та автоматизації виробництва; розширення асортименту та підвищення якості продукції; створення мало- і безвідходних виробництв. Розширення діючого підприємства (збільшення потужності) можливо за рахунок будівництва додаткових виробництв і виробничих площ, допоміжних і обслуговуючих об'єктів.

2 Джерела формування реальних інвестицій

Процес прогнозування (планування) інвестиційної діяльності на підприємствах охоплює два послідовно здійснюваних етапи:

1. Розрахунок необхідного обсягу реальних (виробничих) інвестицій на розрахунковий період (рік, кілька років).
2. Визначення конкретних джерел їх фінансування.

Масштабність і складність розрахунків на першому етапі залежать від можливих варіантів конкретної економічної ситуації на ринку і підприємстві:

1) за кількісними та якісними характеристиками попит на ринку задовольняється повністю, а тому немає потреби в зростанні обсягу випуску якоїсь продукції на відповідному підприємстві;

2) попит на продукцію підприємства постійно зростає, тому виробник зацікавлений у відповідному зростанні обсягу виробництва за допомогою введення в дію додаткових виробничих потужностей;

3) має місце різке зниження попиту на ринку на пропоновану для продажу продукцію, через що підприємство мусить модернізувати її або терміново організувати виробництво якоїсь нової, конкурентоспроможної продукції.

За першим варіантом має відбуватися тільки просте відтворення основних засобів переважно за рахунок амортизаційних відрахувань. У цьому випадку розрахункова процедура обмежується визначенням акумульованої суми амортизаційних відрахувань на реновацію основних засобів і її порівнянням з потребою капіталу для заміни застарілих видів устаткування його сучасними моделями. Необхідний для цієї мети розмір інвестицій (грошових коштів) обчислюється на підставі інформації про потребу в новому устаткуванні у фізичних одиницях і в реальних цінах на нього. При цьому необхідно врахувати вартість монтажу (установки) нової техніки і ліквідаційну вартість виведених з експлуатації основних засобів.

Другий варіант передбачає здійснення розширеного відтворення основних засобів та об'єктів соціальної інфраструктури. Наслідком цього процесу має бути нарощування до необхідних розмірів виробничих потужностей підприємства переважно через його технічне переозброєння, реконструкцію або розширення за попередньо розробленим проєктом.

Такий варіант збільшення виробничих можливостей підприємства зумовлює необхідність ретельного складання плану його технічного переозброєння та реконструкції (розширення). Розробці плану технічного переозброєння і реконструкції підприємства повинні передувати аналіз і оцінювання техніко-економічного та організаційного рівня виробництва за наступними показниками: технічне оснащення виробництва і технічний рівень устаткування; відповідність застосовуваних технологій сучасним вимогам; технічний рівень і якість продукції; рівень організації виробництва. План технічного переозброєння і реконструкції підприємства складається з наступних розділів:

1) зведені техніко-економічні показники (приріст виробничої потужності і обсягу товарної продукції, підвищення рівня механізації і автоматизації виробництва; зростання продуктивності праці; економія енергетичних і матеріальних ресурсів; загальна сума капітальних вкладень);

2) заходи за окремими напрямками техніко-технологічного та організаційного розвитку (впровадження прогресивної технології,

механізація і автоматизація виробництва, модернізація діючого устаткування, удосконалення організації виробництва і управління) з визначенням для кожного з них приросту виробничої потужності та інших економічних показників;

3) потреба в устаткуванні (вітчизняне, у тому числі виготовлене власними силами; імпортне; типові вузли для модернізації діючого устаткування).

Для визначення обсягу інвестицій за цим варіантом використовують два підходи: перший – метод попередніх (приблизних) розрахунків (на підставі показника питомих капітальних вкладень на одиницю приросту виробничої потужності); другий – прямих розрахунків (за даними кошторису технічного переозброєння і реконструкції або розширення виробництва).

Третій можливий варіант економічної ситуації на ринку і підприємстві обумовлює не просто розширене відтворення основних засобів, а потребує докорінної перебудови техніко-технологічної бази виробництва. За цим варіантом розрахунки необхідного обсягу інвестицій здійснюються, в основному, за схемою другого варіанта. Проте при цьому потрібно додатково враховувати значні обсяги інвестицій, пов'язані з маркетинговими дослідженнями і проектуванням нових виробів. При таких умовах підприємству необхідно бути готовим до диверсифікації виробництва.

Важливим питанням інвестиційної діяльності є вибір *джерел фінансування реальних інвестицій*. Структура джерел фінансування інвестицій на підприємстві залежить від багатьох факторів:

- рівня оподаткування прибутку підприємства;
- темпів зростання реалізації товарної продукції та їхньої стабільності;
- структури активів підприємства;
- ринкової вартості позикового капіталу;
- рівня управління фінансовими ресурсами підприємства;
- особливостей фінансових цільових рішень підприємства.

Найбільш прийнятним для підприємства є комплексний підхід до вибору джерел формування інвестицій. Тоді основною передумовою визначення оптимальної структури таких джерел може бути детальний аналіз:

- по-перше, можливого обсягу внутрішніх джерел фінансування реальних інвестицій;
- по-друге, можливого обсягу залучення додаткових коштів, що може бути пов'язано з подорожчанням капітальних витрат.

Класичною формою самофінансування інвестицій в індустріально розвинених країнах є **власні кошти** підприємства у вигляді нерозподіленого прибутку і амортизації, які доповнюються **певною частиною емісії** (випуску цінних паперів) акцій.

В Україні поки що не сформований нормально функціонуючий ринок цінних паперів. Інвестиційний процес характеризується переважно відтворенням основного капіталу. Цей процес передбачає вилучення значної частини ВВП від поточного споживання з метою накопичення. Інвестиційні ресурси виключаються з розширеного відтворення на весь період до вводу в дію виробничих потужностей та об'єктів. У майбутньому вони поступово повертаються інвестору в процесі експлуатації об'єктів за рахунок виручки від реалізації продукції.

Реальні інвестиції в Україні здійснюються переважно у формі капіталовкладень, а фонд накопичення використовується на ці цілі як чистий дохід, який утворюється в порядку розподілу прибутку між бюджетом і суб'єктами господарювання. Крім того, на капіталовкладення спрямовується частина фонду відшкодування у вигляді амортизаційних відрахувань.

Серед джерел фінансування капіталовкладень можна виділити наступні джерела:

1. Власні фінансові ресурси:

- грошові кошти засновників підприємства;
- фонди накопичення за рахунок прибутку (чистий прибуток);
- амортизаційні фонди;
- резервні фонди;
- кошти від продажу власного майна;
- кошти від здачі майна підприємства в оренду;
- заощадження громадян і юридичних осіб;
- кошти, які виплачуються органами страхування у вигляді відшкодування втрат від стихійного лиха, аварій тощо.

2. Позикові кошти:

- всі види кредитів (банківський кредит, комерційний кредит);
- інвестиційний лізинг;
- емісія облігацій.

3. Залучені кошти:

- емісія акцій.

4. Централізовані фінансові ресурси:

- кошти державного бюджету та місцевих бюджетів;
- кошти державних позабюджетних фондів;
- кошти благодійних фондів.

3 Методичні основи оцінки ефективності реальних інвестицій

Оцінювання будь-якої інвестиційної пропозиції завжди передбачає отримання відповіді на питання: чи здатні майбутні вигоди виправдати нинішні витрати? Теорія фінансово-економічного і проектного аналізу ґрунтується на використанні певної системи аналітичних методів і

показників, які в сукупності дозволяють зробити досить надійні і об'єктивні висновки.

Сукупність методів оцінювання ефективності реальних інвестицій можна класифікувати наступним чином:

1) *статистичні методи оцінювання*, які не враховують впливу фактору часу на цінність грошових потоків;

2) *динамічні оцінювання*, в основу яких покладено врахування фактору часу в процесі порівняння надходжень і витрат від здійснення інвестицій.

Статистичні методи оцінювання. Статистичні методи оцінювання ефективності реальних інвестицій є досить поширеними з точки зору практичного використання. Вони формуються на статистичному тлумаченні інвестицій. Розподіл результатів і витрат виводиться із конструкції розрахунків. В основу закладено середні значення платежів протягом встановленого часового інтервалу. Тому інвестиційний проєкт представляється як нерухомий і розрахункові елементи встановлюють відповідно до прийнятого проміжком часу.

До групи статистичних методів оцінювання інвестицій відносять такі: метод порівняння прибутків, метод порівняння прибутковості, метод окупності.

Визначальною метою та мотивацією інвестиційної діяльності є отримання прибутку. Її економічна природа, закономірності створення і розподілу обумовлюють важливість цього показника як у всій економічній ринковій системі, так і в інвестиційній складовій. Рівень прибутку дозволяє встановити ступінь відповідності результатів здійснення інвестицій цілям і інтересам учасників проєкту, які вступають в економічні відносини. Прибуток є базовим параметром, що свідчить про прийнятність для інвестора розміру перевищення сукупних результатів над витратами.

Розглянемо **приклад**. Підприємство розробляє проєкт технічного переозброєння виробництва. Вартість проєкту становить 10 000 млн.грн. У перший рік підприємство може інвестувати власні кошти 2 000 млн.грн., а в другій – 4 000 млн.грн.

Підприємство розглядає два варіанти фінансування проєкту. *Перший варіант*: в перший рік інвестування власних коштів – 2 000 млн.грн., Позикового капіталу – 8 000 млн.грн. (під 10% річних). Другий варіант: в перший рік інвестування власні кошти становлять 2 000 млн.грн., а позиковий капіталу – 4 000 млн.грн. (під 10% річних, другий рік – власні кошти – 4 000 млн.грн.

Решта вихідні дані представлені в табл. 1 і 2.

Розглянемо застосування **методу порівняння прибутку**. Грошовий потік розраховується як сума чистого прибутку і амортизаційних відрахувань. Дисконтний множник визначається за формулою

$$d = \frac{1}{(1+\alpha)^n}, \quad (1)$$

де α – дисконтна ставка;

n – період (кількість років), за який проводиться дисконтування.

Результати розрахунків зведені в табл. 1 и 2.

Таблиця 1 – Оцінювання ефективності проєкту технічного переозброєння підприємства (власний капітал – 2000 млн грн, позиковий капітал – 8000 млн грн)

Показник	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік	Всього
1. Інвестиції	10 000	–	–	–	–	10 000
2. Обсяг виробництва, т.шт.	0	80	100	100	100	–
3. Ціна одиниці, грн.	0	150	150	150	150	–
4. Собівартість одиниці, грн.	0	110	110	110	110	–
5. Виручка від реалізації, т.грн. (р.2 · р.3)	0	12 000	15 000	15 000	15 000	–
6. Собівартість продукції, т.грн. у тому числі амортизаційні відрахування, т.грн.	0	8 800	11 000	11 000	11 000	–
7. Проценти за користування позиковими коштами, т.грн.	0	800	620	366,5	94	1 880
8. Прибуток до оподаткування, т.грн. (р.5 – р.6. – р.7)	0	2 400	3 380	3 633,5	3 906	13 320
9. Чистий прибуток, т.грн. (р.8 · (1–0,18))	0	1 968	2 771,6	2 979,47	3 202,92	10 921,99
10. Грошовий потік, т.грн. (р.9 + амортизаційні відрахування)	0	3 168	3 921,6	4 079,4	4 252,92	–
11. Дисконтний множник для ставки 10 %	1,0	0,909	0,826	0,751	0,683	–
12. Дисконтовані інвестиції, т.грн. (р.1 · р. 11)	10 000	–	–	–	–	10 000
13. Дисконтований грошовий потік, т.грн. (р.10 · р. 11)	0	2 879,71	3 239,24	3 063,63	2 904,74	12 087,32

Таблиця 2 – Оцінювання ефективності проекту технічного переозброєння підприємства (власний капітал – 6000 млн грн, позиковий капітал – 4000 млн грн)

Показники	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік	Всього
1. Інвестиції	6 000	4 000	–	–	–	10 000
2. Обсяг виробництва, т.шт.	0	60	100	100	100	–
3. Ціна одиниці, грн.	0	150	150	150	150	–
4. Собівартість одиниці, грн.	0	110	110	110	110	
5. Виручка від реалізації, т.грн. (р.2 · р.3)	0	9 000	15 000	15 000	15 000	54 000
6. Собівартість продукції, т.грн. у тому числі амортизаційні відрахування, т.грн.	0 0	6 600 1 200	11 000 1 150	11 000 1 100	11 000 1 050	39 000 –
7. Проценти за користування позиковими коштами, т.грн.	0	400	250	0	0	650
8. Прибуток до оподаткування, т.грн. (р.5 – р.6. – р.7)	0	2 000	3 750	4 000	4 000	13 750
9. Чистий прибуток, т.грн. (р.8 · (1–0,18))	0	1 640	3 075	3 280	3 280	11 275
10. Грошовий потік, т.грн. (р.9 + амортизаційні відрахування)	0	2 840	4 225	4 380	4 330	–
11. Дисконтний множник для ставки 10 %	1,0	0,909	0,826	0,751	0,683	–
12. Дисконтовані інвестиції, т.грн. (р.1 · р. 11)	6 000	3636	–	–	–	9 636
13. Дисконтований грошовий потік, т.грн. (р.10 · р. 11)	0	2 581,56	3 489,85	3 289,38	2 957,39	12 318,18

Якщо оцінювати ефективність реальних інвестиційних проектів за величиною чистого прибутку, то другий варіант фінансування проекту більш ефективніше, оскільки величина чистого прибутку становить 11 275 млн.грн. (проти 10921,99 млн.грн. за першим варіантом), що на 353,01 млн.грн. більше, ніж за першим варіантом.

Метод прибутковості. Якщо оцінювання ефективності інвестиційних проектів здійснюється за рівнем прибутковості, то результати будуть наступними (табл. 3).

Таблиця 3 – Оцінювання ефективності проєкту технічного переозброєння підприємства методом прибутковості

Варіант фінансування	Середня величина чистого прибутку, млн грн (П _{ср} =ЧП/4 роки)	Величина капіталу, млн грн	Величина інвестованого капіталу, млн грн	Рівень рентабельності за чистим прибутком, %	
				власного капіталу	інвестованого капіталу
1	2 730,5	2 000	10 000	136,5	27,3
2	2 818,75	6 000	10 000	47,0	28,2

Прибутковість власного капіталу в першому варіанті сягає 136,5%, що на 89,5 відсоткових пунктів більше, ніж за другим варіантом фінансування. Рентабельність інвестованого капіталу в другому варіанті фінансування проєкту більше на 0,9 процентних пункту, ніж в першому варіанті.

Метод розрахунку терміну окупності. Розрахунок терміну окупності доцільно здійснювати як для загальної величини інвестованого капіталу, так і для величини власного капіталу. Результати розрахунку оцінювання ефективності проєкту технічного переозброєння підприємства методом розрахунку терміну окупності представлені в табл. 4.

Таблиця 4 – Оцінювання ефективності проєкту технічного переозброєння підприємства методом розрахунку окупності

Варіант фінансування	Середня величина чистого прибутку, млн.грн.	Величина капіталу, млн.грн.	Величина інвестованого капіталу, млн.грн.	Термін окупності власного капіталу, роки (Т _{ок} =К _{вл} /П)	Термін окупності інвестованого капіталу, роки (Т _{ок} =К _{інв} /П)
1	2 730,5	2 000	10 000	0,7	3,7
2	2 818,75	6 000	10 000	2,1	3,5

Недоліком використання статистичних методів є те, що вони не враховують фактору часу: не відображають часовий пріоритет платежів і часову структуру, тенденції їх зміни, розмір коливань. У той же час статистичні методи характеризуються простою формою математичних розрахунків і вимагають незначних витрат на інформаційне забезпечення.

Динамічні методи оцінювання. В основу цих методів покладено динамічний підхід, який суттєво знижує недолік статистичних методів. Це забезпечується за допомогою врахування фактору часу на цінність платежів.

Застосування методики оцінювання ефективності (доцільності) реальних інвестицій з урахуванням фактору часу насамперед передбачає дотримання загальних положень. Основними з них є:

- *По-перше*, оцінювання ефективності реальних інвестицій має здійснюватися на основі зіставлення обсягу інвестиційних витрат, з одного боку, та суми і термінів повернення інвестованого капіталу, з другого. Це *загальний* принцип формування оціночних показників ефективності відповідно до якого результати будь-якого виду діяльності мають бути зіставлені з витратами (витраченими ресурсами) на їх здійснення.

- *По-друге*, при оцінюванні обсягу інвестиційних витрат (I) слід враховувати всю сукупність використаних ресурсів, які пов'язані з реалізацією проекту. В процесі оцінювання мають бути враховані усі прямі та непрямі витрати грошових коштів (як власних, так і позикових), матеріальних і нематеріальних активів, трудових та інших видів ресурсів.

- *По-третьє*, фінансовим результатом реалізації інвестиційного проекту є грошовий потік (CF – cash flow). Цей показник формується за рахунок чистого прибутку ($ЧП$) та амортизаційних відрахувань (A) у процесі реалізації інвестиційного проекту.

$$CF = ЧП + A. \quad (2)$$

У разі проведення різних видів оцінювання цей показник може розглядатися як середньорічний, так і диференційовано за окремими періодами реалізації інвестиційного проекту.

- *По-четверте*, в процесі оцінювання ефективності реальних інвестицій, тобто зіставлення результатів та витрат, обов'язково має бути врахований фактор часу. Основною причиною виникнення такого підходу є неоднакова цінність грошових коштів у часі, адже через певний інтервал часу гроші можуть збільшуватися за рахунок отримання доходу. Прикладом цієї аксіоми може бути такий: у банк вкладено грошову суму 10 000 грн. терміном на один рік з рівнем дохідності 15%. Через рік сума вкладу (позначимо її FV) буде дорівнювати:

$$FV = 10\,000 + 10\,000 \cdot 0,15 = 10\,000 \cdot (1 + 0,15) = 11\,500 \text{ грн.}$$

Якщо гроші залишити працювати на другий рік, то остаточна сума після завершення дворічного періоду дорівнюватиме:

$$FV = 10\,000 \cdot (1 + 0,15) \cdot (1 + 0,15) = 10\,000 \cdot (1 + 0,15)^2 = 13\,225 \text{ грн.}$$

Така модель множення відома як формула складних процентів і може бути записана так:

$$FV = PV \cdot (1 + \alpha)^n. \quad (3)$$

Абревіатура FV (future value) означає майбутню величину тієї суми, яка інвестується в будь-якій формі сьогодні (PV) і яку ми отримаємо через певний проміжок часу (n), протягом якого ці кошти будуть працювати з рівнем прибутковості (α).

Процес визначення майбутньої вартості є одним з різновидів фінансових розрахунків, який має назву *дисконтування*.

Іншим різновидом дисконтування є зворотний розрахунок цінності грошей, тобто визначення того, скільки потрібно інвестувати сьогодні, щоб отримати певну суму в майбутньому. Такий варіант дисконтування має назву визначення теперішньої вартості (PV – present value). Для здійснення розрахунку використовується така формула:

$$PV = \frac{FV_n}{(1+\alpha)^n} = FV_n \frac{1}{(1+\alpha)^n}. \quad (4)$$

- *По-н'яте*, вибір дисконтної ставки (α) в процесі дисконтування результатів та витрат має бути диференційованим для різних розрахункових періодів. У процесі такої диференціації повинні бути враховані рівень ризику, ліквідності та інші індивідуальні характеристики реального інвестиційного проекту.

З урахуванням цих положень розглянемо методи оцінювання ефективності реальних інвестицій на основі таких показників.

1. Чистий приведений дохід (NPV – net present value) – це різниця між сумою дисконтованих грошових потоків та сумою дисконтованих інвестицій.

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+\alpha)^t} - \sum_{i=1}^n \frac{I_n}{(1+\alpha)^i}. \quad (5)$$

Якщо величина NPV більше нуля, то цей інвестиційний проект є економічно вигідним, ніж будь-який інший альтернативний варіант з рівнем прибутковості α .

Розрахунок чистого приведенного доходу для прикладу (табл. 1 і 2) за умови, що дисконтна ставка дорівнює 10%, дає такі варіанти:

варіант 1:

$$NPV_{10\%} = 12\,087,32 - 10\,000 = 2\,087,32 \text{ млн грн};$$

варіант 2:

$$NPV_{10\%} = 12\,318,18 - 9\,636 = 2\,682,18 \text{ млн грн}.$$

Другий варіант фінансування інвестиційного проекту є економічно більш вигідним, оскільки величина чистого зведеного доходу є більшою на 594,86 т.грн. в порівнянні з першим варіантом.

2. Індекс дохідності інвестицій (PI – profitability index) – це відношення суми дисконтованих результатів (грошових потоків) до суми дисконтованих витрат (інвестицій).

$$PI = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+\alpha)^t} : \sum_{t=1}^n \frac{I_t}{(1+\alpha)^t}. \quad (6)$$

Очевидним є те, що якщо значення NPV більше нуля, то значення PI буде більше одиниці, а цей інвестиційний проєкт буде економічно вигіднішим, ніж будь-який інший альтернативний варіант з рівнем дохідності α .

Розрахунок індексу прибутковості інвестицій для прикладу (табл. 1 і 2) за умови, що дисконтна ставка дорівнює 10%, можна уявити так:

варіант 1:

$$PI_{10\%} = 12\,087,32 / 10\,000 = 1,21;$$

варіант 2:

$$PI_{10\%} = 12\,318,18 / 9\,636 = 1,28.$$

Другий варіант фінансування інвестиційного проєкту є економічно більш вигідним, тому що величина індексу дохідності за другим варіантом більше, ніж за першим.

3. Термін окупності інвестицій (PBP – payback period) для інвестиційних проєктів, які характеризуються рівномірним отриманням грошових потоків, може бути визначений за такою формулою:

$$PBP = \frac{\text{Сума дисконтованих інвестицій}}{\text{Середня величина дисконтованого потоку}}. \quad (7)$$

Загальною формулою для розрахунку терміну окупності інвестицій для будь-якого інвестиційного проєкту є:

$$PBP = m + \frac{\sum_{t=1}^n \frac{I_t}{(1+\alpha)^t} S_m}{CF_{m+1}} \quad (8)$$

де

$$S_m < \sum_{t=1}^n \frac{I_t}{(1+\alpha)^t} < S_{m+1} \quad (9)$$

де S_m – нарощена сума дисконтованих грошових потоків за m років;

CF_{m+1} – дисконтований грошовий потік у $(m+1)$ -му році.

За даними, наведеними в табл. 1, 2, термін окупності інвестицій дорівнюватиме:

варіант 1:

$$PBP = 3 + \frac{10\,000 - (2879,71 + 3239,24 + 3063,63)}{2904,74} = 3,3 \text{ роки};$$

варіант 2:

$$PBP = 3 + \frac{9636 - (2581,56 + 3489,85 + 3289,38)}{2957,39} = 3,1 \text{ року.}$$

Другий варіант фінансування інвестиційного проекту є економічно більш вигідним, тому що величина терміну окупності капіталовкладень нижче, ніж за першим.

4. Внутрішня норма прибутковості (*IRR* – internal rate of return) – це таке значення дисконтної ставки (α), при якій чистий приведений дохід (*NPV*) буде дорівнювати нулю. Для розрахунку *IRR* використовують наступну формулу:

$$IRR = \alpha_1 + \frac{NPV_{\alpha_1}}{NPV_{\alpha_1} + |NPV_{\alpha_2}|} \cdot (\alpha_1 - \alpha_2), \quad (10)$$

де α_1 – будь-яке значення дисконтної ставки, за якого відповідна величина чистого зведеного доходу більше нуля ($NPV_{\alpha_1} > 0$);

α_2 – будь-яке значення дисконтної ставки, за якого відповідна величина чистого зведеного доходу менше нуля ($NPV_{\alpha_2} < 0$).

За результатами, поданими в табл. 1 і 2, *IRR* дорівнюватиме:

варіант 1:

$$IRR = 10 + \frac{2087,32}{2087,32 + 3143,12} \cdot (40 - 10) = 22\%;$$

варіант 2:

$$IRR = 10 + \frac{2318,18}{2318,18 + 2732,05} \cdot (40 - 10) = 23,8\%.$$

Таким чином, за результатами розрахунків більш ефективним є другий варіант інвестування.

Лекція 25. Інвестиційні ресурси підприємства: фінансові інвестиції

План лекції

1 Сутність і форми фінансового інвестування

2 Методичні підходи до оцінки фінансових інвестицій

Завдання на самостійну роботу студента

1 Особливості портфельного інвестування на підприємстві

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник*/ за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.: КНЕУ, 2009. 816 с.

1 Сутність і форми фінансового інвестування

Фінансові інвестиції розглядаються як ефективна форма використання власного капіталу підприємства або як інструмент реалізації стратегічних цілей, пов'язаних з диверсифікацією операційної діяльності підприємства.

Здійснення фінансових інвестицій характеризується наступними особливостями:

- фінансові інвестиції є окремим видом фінансової діяльності;
- фінансові інвестиції використовуються підприємствами з метою отримання додаткового інвестиційного доходу в процесі функціонування вільного власного капіталу або посилення проти інфляційної захисту грошових активів;
- фінансові інвестиції створюють підприємствам можливість розширення діапазону вибору інструментів інвестування за шкалою «дохідність – ризик» та «дохідність – ліквідність»;
- процес обґрунтування альтернативних управлінських рішень, пов'язаних із здійсненням фінансових інвестицій в порівнянні з реальними інвестиціями;
- високий рівень коливання кон'юнктури фінансового ринку в порівнянні з товарним обумовлює необхідність здійснення активного моніторингу в процесі фінансового інвестування.

Фінансові інвестиції здійснюються підприємством в наступних основних формах:

- вкладення капіталу в статутні фонди спільних підприємств. У такий спосіб забезпечується зміцнення стратегічних господарських зв'язків з постачальниками сировини і матеріалів (на основі участі в їх статутному капіталі); розвиток власної виробничої інфраструктури (шляхом вкладення капіталу в транспортні та інші аналогічні підприємства); розширення можливостей збуту продукції або проникнення на інші регіональні ринки (шляхом вкладення капіталу в статутні фонди торгових підприємств, різні форми галузевої і товарної диверсифікації операційної діяльності та інші напрямки розвитку підприємства);
- вкладення капіталу в дохідні види грошових інструментів (депозитні вкладення в комерційні банки);
- вкладення капіталу в дохідні види фінансових інструментів (різні види цінних паперів, які знаходяться у вільному обігу на фондовому ринку).

У процесі здійснення фінансового інвестування у всіх його формах одним з найважливіших завдань є оцінювання інвестиційних властивостей окремих фінансових інструментів. Оцінювання інвестиційних якостей фінансових інструментів – це загальна характеристика окремих їх видів, яка здійснюється інвестором з урахуванням цілей формування інвестиційного портфеля.

Фінансові інструменти з позиції особливостей їх фінансових властивостей класифікуються за такими ознаками:

1) за ступенем передбачуваної інвестиційним фондом результативності:

– боргові цінні папери, які характеризуються чіткою передбачуваністю інвестиційного фонду за шкалою «дохідність – ризик», «дохідність – ліквідність». Такі цінні папери мають пріоритетне право погашення зобов'язань за умови банкрутства емітента, що значно знижує їх ризик;

– пайові цінні папери – характеризуються низьким рівнем передбачуваності їх інвестиційного доходу, який характеризується двома параметрами – рівнем виплати дивідендів і приростом курсової вартості фондового інструменту;

2) за ступенем ризику, пов'язаного з характером емітента:

– державні цінні папери, які представлені в основному борговими зобов'язаннями і мають найменший рівень інвестиційного ризику. Рівень інвестиційного доходу таких цінних паперів найнижчий;

– цінні папери муніципальних органів. Інвестиційні характеристики таких фондових інструментів визначаються рівнем інвестиційної привабливості регіону. Інвестиційний ризик невисокий;

– цінні папери – емітенти банків. Інвестиційні властивості фондових інструментів вважаються досить високими, оскільки рівень їх прибутковості вищий, ніж муніципальних і державних цінних паперів;

– цінні папери підприємств. Цей вид фінансових інструментів в нашій країні характеризується низькими інвестиційними властивостями, що обумовлено низькою ефективністю господарської діяльності більшості підприємств. Рівень інвестиційного ризику за цінними паперами підприємств найвищий. Крім того, цей тип цінних паперів в цілому характеризується найнижчим рівнем ліквідності на фондовому ринку;

3) за рівнем ризику і ліквідності, пов'язаного з періодом обігу:

– короткострокові цінні папери. Період їх зобігу визначає досить високий рівень їх ліквідності на фондовому ринку, а також знижує рівень інвестиційного ризику. У той же час високий рівень ліквідності і низький рівень ризику визначають невисокий рівень інвестиційного доходу за такими фондовими інструментами;

– довгострокові цінні папери. Характеризуються низьким рівнем ліквідності, високим ступенем ризику і більш високим рівнем прибутковості;

4) за рівнем ліквідності, пов'язаним з характером випуску і обігу:

– іменні цінні папери. У зв'язку зі складною процедурою їх оформлення і глибшим контролем емітента за їх зверненням такі цінні папери характеризуються низьким рівнем ліквідності;

– цінні папери на пред'явника. Зазначена особливість випуску таких фондових інструментів не перешкоджає їх вільному обігу, а відповідно, і підвищує потенційний рівень їх ліквідності.

Цінні папери – це грошові документи, що засвідчують право володіння або кредитні відносини, визначають взаємини між особою, яка їх випустила (емітентом), та їхнім власником і передбачають, як правило, виплату доходу у вигляді дивідендів чи процентів, а також можливість передання грошових прав іншим особам.

Цінні папери можуть бути іменні або на пред'явника. *Іменні цінні папери* передаються здебільшого способом повного індосаменту (передатним написом, який засвідчує перехід прав за цінним папером до іншої особи), а *цінні папери на пред'явника* обертаються вільно.

Важливо знати, що цінні папери можна використовувати для здійснення розрахунків між суб'єктами господарювання або як заставу для забезпечення платежів і кредитів.

Цінні папери поділяються на такі **види**:

- акції;
- облігації внутрішніх державних і місцевих позик;
- облігації підприємств;
- казначейські зобов'язання;
- ощадні сертифікати;
- векселі;
- приватизаційні папери (сертифікати).

Цінні папери поділяються на такі групи:

- пайові;
- похідні;
- боргові.

Акція – цінний папір без встановленого терміну обігу, що засвідчує пайову участь у статутному фонді акціонерного товариства, підтверджує членство в ньому і право на участь в управлінні ним, дає право його власнику на отримання частини прибутку у вигляді дивіденду, а також на участь в розподілі майна у разі ліквідації акціонерного товариства.

Акції можуть бути іменні і на пред'явника, привілейованими і простими. Громадяни мають право бути власниками, як правило, *іменних акцій*. Обіг іменних акцій фіксується в книзі реєстрації акцій відповідних товариств. До неї вносяться відомості про власника акцій, час придбання та кількість у кожного акціонера. Щодо акцій на *пред'явника*, то реєструється лише їх загальна кількість.

Привілейовані акції дають власникові переважне право на одержання дивідендів, а також на першочергову участь в розподілі майна акціонерного товариства в разі його ліквідації. Вони можуть випускатися із фіксованим у відсотках від їх номінальної вартості розмірі щорічного дивіденду. Тоді дивіденди товариство має виплачувати в зазначеному розмірі, незалежно від абсолютної величини одержаного прибутку у відповідному році. У тому випадку, коли прибуток відповідного року буде недостатнім, виплату дивідендів на такі акції треба проводити за рахунок резервного фонду акціонерного товариства.

Випуск усіх видів акцій акціонерним товариством здійснюється в розмірі його статутного фонду або на всю вартість майна державного підприємства в разі перетворення останнього на акціонерне товариство. До цього слід додати, що привілейовані акції можуть бути випущені на суму, що не перевищує 10% статутного фонду акціонерного товариства.

Облігація – це цінний папір, що засвідчує внесення її власником певної суми грошових коштів і підтверджує зобов'язання емітента повернути власнику облігації в обумовлений строк номінальну її вартість з виплатою фіксованого відсотка. Облігації всіх видів розповсюджуються серед юридичних і фізичних осіб на добровільних засадах. Випускаються облігації двох видів: 1) облігації внутрішньої державної та місцевої позики; 2) облігації підприємств. Вони можуть бути іменними і на пред'явника, процентними і безпроцентними (цільовими); такими, що вільно обертаються і з обмеженим обігом.

Облігації внутрішньої державної і місцевої позик випускаються на пред'явника. Обов'язковим реквізитом цільових облігацій має бути зазначення товару (послуги), під який (яку) вони випускаються. Облігації, призначені для вільного продажу з наступним вільним обігом (крім безпроцентних цільових облігацій), повинні мати купонні листи на виплату відсотків.

Рішення про випуск облігацій внутрішньої державної і місцевої позики приймають відповідно Кабінет Міністрів України і місцеві органи влади, а облігацій підприємств – емітент з оформленням відповідного протоколу. Підприємства (акціонерні товариства) можуть випускати облігацій на суму не більше 25% від розміру статутного фонду і за умови повної оплати всіх раніше випущених акцій.

Кошти, отримані від реалізації облігацій позичкового характеру, направляються відповідно до державного та місцевого бюджетів, а також до позабюджетних фондів місцевих адміністрацій. Виплата доходу на придбані облігації здійснюється відповідно до умов їх випуску. Проте дохід на облігації цільової позики (безвідсоткові облігації) не виплачується. Власникам таких облігацій надається лише право придбати відповідні товари або послуги, під які випущено цей вид цінних паперів. Якщо ціна товару на момент його отримання перевищує вартість облігації, то власник облігації отримує товар за ціною, вказаною в облігації, а коли товар стане дешевше, власнику виплачується різниця між вартістю облігації та ціною товару.

Казначейські зобов'язання України – вид цінних паперів на пред'явника, що розміщуються тільки на добровільних засадах серед населення, засвідчують внесення власниками грошових коштів до бюджету і дають право на отримання фінансового доходу. Випускається три різновиди казначейських зобов'язань: 1) довгострокові – з терміном дії від 5 до 10 років; 2) середньострокові – від 1 до 5 років; 3) короткострокові – до одного року. Рішення про емісію довго- і середньострокових казначейських зобов'язань ухвалює Кабінет міністрів України, а

короткострокових – Міністерство фінансів України. Ціна продажу казначейських зобов'язань встановлюється в залежності від часу їх придбання в межах строку дії. Кошти від реалізації казначейських зобов'язань спрямовуються на покриття поточних видатків державного бюджету.

Ощадний сертифікат за формою і змістом – це письмове свідоцтво банку про депонування грошових коштів, яке засвідчує право вкладника на одержання після закінчення встановленого терміну як самого депозиту, так і відсотків на нього. Ощадні сертифікати можуть бути строковими (під певний договірний відсоток на визначений термін) або до запитання; іменним та на пред'явника. Іменні ощадні сертифікати обігу не підлягають, їх відчуження іншим особам не допускається. Цей вид цінних паперів (як і облігацій) фізичні особи можуть придбати тільки за рахунок власних коштів, а підприємства (організації) – за рахунок чистого прибутку, що залишається в їх розпорядженні.

Виплата доходу на ощадні сертифікати здійснюється за умови пред'явлення їх для оплати в банк-емітент. Якщо власник ощадного сертифікату вимагає повернення депозиту в більш ранній термін, то йому виплачується менший відсоток.

Вексель – це окремий вид цінних паперів, що засвідчує безумовне грошове зобов'язання боржника (векселедавця) сплатити після настання строку визначену суму грошей власнику векселя (векселедержателю). Розрізняють простий і перекладної вексель. Простий вексель містить просте і нічим не обумовлене обіцянку векселедавця сплатити власнику векселя після зазначеного терміну відповідну суму. Перекладної вексель (тратта) – це письмовий наказ векселедержателя (трасанта), адресований платникові (трасату), сплатити третій особі (ремітенту) певну суму грошей у певний термін. При цьому трасат стає боржником тільки після того, як акцептує вексель, тобто дасть згоду на його оплату, поставивши на ньому свій підпис.

У процесі обігу вексель передається одним держателем іншому з допомогою передавального напису – індосаменту. Кожен індосант, як і векселедавець, несе відповідальність за акцепт і платіж за векселем. Вексельні зобов'язання можуть бути додатково гарантовані за допомогою авалю – вексельного поручительства. Своєчасна оплата векселя погашає всі вексельні зобов'язання. У разі відмови від платежу векселедержатель може подати судовий позов проти акцептанта. Крім того, якщо вексель не акцептований або не сплачено, він може вимагати оплати векселя способом регресу (зворотної вимоги) від інших відповідальних осіб, солідарно відповідальних перед векселедержателем (векселедавця, індосанта, аваліста).

Сукупність різних видів цінних паперів, що випускаються і знаходяться в обігу в Україні, поділяють на три групи. До першої з них відносяться пайові цінні папери, за такими емітент не несе зобов'язань повертати гроші, інвестовані в його діяльність, але які засвідчують участь

в управлінні справами емітента і одержання частини майна в разі ліквідації емітента. Друга група охоплює боргові цінні папери, за якими емітент бере на себе зобов'язання повернути у визначений термін кошти, інвестовані в його діяльність, але які не дають їх власникам права на участь в управлінні справами емітента. Третю групу складають похідні цінні папери, механізм обігу яких пов'язаний з пайовими і борговими цінними паперами та іншими фінансовими інструментами або правами.

Відповідно до Закону України «Про похідні цінні папери (деривативи)» класифікація похідних цінних бумаг наступна:

1) до деривативів належать термінові контракти та похідні цінні папери;

2) за змістом і формою укладення до строкових контрактів відносяться:

- форвардні контракти (форварди);
- ф'ючерсні контракти (ф'ючерси);
- опціонні контракти (опціони) – біржові та позабіржові;
- свопові контракти (свопи);

3) до похідних цінних паперів відносяться:

- опціонні сертифікати;
- фондові варанти;

4) державна комісія з цінних паперів та фондового ринку має право визначати інші види похідних (деривативів).

Форвардний контракт – договір купівлі-продажу, за яким продавець (постачальник) зобов'язується передавати базовий актив у власність покупця в певний термін поставки і на певних умовах у майбутньому, а покупець зобов'язується прийняти базовий актив і сплатити за нього певну грошову суму за ціною, визначеною на дату укладення договору.

Ф'ючерсний контракт – стандартизований строковий контракт, за яким продавець зобов'язується передати базовий актив у власність покупця в встановлену дату поставки (дату виконання зобов'язання за ф'ючерсним контрактом) на визначених специфікацією умовах в майбутньому (не раніше трьох днів з дати укладення), а покупець зобов'язується прийняти базовий актив і виплачувати за нього грошові кошти за ціною, визначеною сторонами договору на дату його виконання (ціною ф'ючерсного контракту) і/ або здійснити взаємні грошові розрахунки з поставкою або без поставки базового активу.

Опціонний контракт – строковий контракт, відповідно до якого одна сторона договору отримує право купувати базовий актив у іншої сторони або продати його іншій стороні, а інша сторона бере на себе безумовне зобов'язання, відповідно, продати або купити базовий актив у майбутньому (не раніше трьох днів з дати укладення) протягом терміну або на обумовлену дату (дату виконання) або в обумовлений проміжок часу за ціною базового активу та/ або здійснювати взаємні грошові розрахунки.

Свопових контракт – це договір між двома сторонами щодо здійснення обміну потоками платежів (готівкових або безготівкових) або іншими активами, розрахованими на підставі ціни базового активу, в рамках обумовленої суми контракту в конкретні дати платежів (дати розрахунків) протягом дії контракту.

Опціонний сертифікат – похідний цінний папір, що засвідчує право його власника на придбання від емітента опціонного сертифіката (опціонний сертифікат на покупку) або на продаж емітенту опціонного сертифіката (опціонний сертифікат на продаж) базового активу в терміни і на умовах, визначених в інформації про випуск цих похідних цінних паперів.

Фондовий варант – опціонний сертифікат на покупку, який випускається відкритим акціонерним товариством разом з власними привілейованими акціями чи облигаціями і надає його власнику право на придбання простих акцій цього емітента в терміни і за ціною, визначеними інформацією про випуск цього похідного цінного паперу.

Базовий актив – це матеріальний, нематеріальний, фінансовий або інший актив, за яким укладається і виконується похідний цінний папір. Базовим активом похідного цінного паперу можуть бути:

- цінні папери;
- товари (крім цінних паперів);
- валютні цінності (крім цінних паперів);
- інші активи, в тому числі фондові індекси, процентні ставки.

Сферою обігу цінних паперів є фондовий ринок. Основними принципами функціонування такого ринку є:

- *правова впорядкованість* (достатній розвиток правової інфраструктури забезпечення діяльності фондового ринку);
- *прозорість* (надання потенційним інвесторам необхідної інформації щодо умов випуску та обігу цінних паперів, а також по фінансово-господарській діяльності їх емітентів);
- *контрольованість* (формування надійного механізму обліку і контролю, запобігання зловживанням і злочинності на ринку цінних паперів);
- *соціальна справедливість* (створення однакових можливостей для діяльності інвесторів на ринку цінних паперів, дотримання прав і свобод суб'єктів ринку);
- *ефективність* (максимальна реалізація потенційних можливостей фондового ринку для мобілізації і розміщення фінансових інвестицій у пріоритетні галузі національної економіки).

Постійне функціонування фондового ринку забезпечують його учасники, до яких відносяться:

- *емітенти цінних паперів* – юридичні особи (підприємства), які від свого імені випускають цінні папери з метою залучення фінансових ресурсів для свого розвитку. Емітентом цінних паперів може бути також держава (в особі своїх інституціональних органів) та органи місцевого

самоврядування. У цьому випадку випуск цінних паперів здійснюється для задоволення потреб у фінансуванні видатків відповідних бюджетів та окремих інвестиційних проєктів;

– *інвестори* – фізичні та юридичні особи, в тому числі інституціональні інвестори (інвестиційні і пенсійні фонди, страхові компанії), які мають вільні кошти і бажають вкласти їх в цінні папери з метою отримання певного доходу (процентів) або приросту ринкової вартості цінних паперів;

– *посередники* – юридичні особи, діяльність яких пов'язана з наданням професійних послуг на фондовому ринку емітентів та інвесторів;

– *держава*, яка визначає умови правового регулювання діяльності фондового ринку з метою підтримки його ефективного функціонування і захисту його учасників.

На постійно діючому фондовому ринку *посередниками* зазвичай є спеціалізовані інституціональні утворення (підприємства, організації), банківські установи та інвестиційні компанії.

Спеціалізовані інституціональні утворення здійснюють посередницьку діяльність з випуску та обігу цінних паперів, виконуючи відповідні операції на фондовому ринку за дорученням і за кошти своїх клієнтів (комісійна та брокерська діяльність) або за свій рахунок (комерційна дилерська діяльність) за дорученням емітента в процесі первинного розміщення цінних паперів. Такі спеціалізовані підприємства (організації) можуть надавати й інші послуги з цінних паперів (наприклад, інвестиційне консультування, управління портфелями цінних паперів, реєстраційні функції). Вони повинні мати власний капітал, адекватний обсягу їх операцій на фондовому ринку.

Банківські установи, крім основних функцій фінансово-кредитної установи, мають право здійснювати посередницьку діяльність з випуску та обігу цінних паперів. Їм дозволено виконувати операції на фондовому ринку за свій рахунок і за дорученням своїх клієнтів, здійснюючи реєстраційні функції, довірчі операції з цінними паперами, і надавати позики, пов'язані з цінними паперами.

Інвестиційні компанії поєднують функції фінансового посередника на ринку цінних паперів та інституціонального інвестора, для якого інвестування в цінні папери є основним джерелом отримання доходу.

Існує біржовий і позабіржовий ринки цінних паперів, кожний з яких виконує властиві йому функції.

Біржовий ринок цінних паперів уособлюють **фондові біржі** – спеціалізовані установи, що створюють умови для централізованої торгівлі цінними паперами через об'єднання попиту на них і пропозиції, а також надання місця, системи і засобів для їх первинного розміщення і вторинного обігу. У процесі приватизації майна державних підприємств через фондові біржі може відбуватися первинне розміщення тієї частки їхніх акцій, що реалізується за грошові кошти. Через фондові біржі здійснюється також розміщення державних цінних паперів. Слід

зазначити, що фондові біржі мають забезпечувати формування максимально справедливої ціни на цінні папери через процедуру лістингу та механізм біржових торгів і цим підвищувати довіру інвесторів до них.

З метою сприяння залученню фінансових ресурсів для виробничих підприємств і створення фондової інфраструктури має розвиватися цивілізований позабіржовий ринок цінних паперів, що зазвичай є торгово-інформаційною системою для організованого продажу цінних паперів з використанням для цього діючих товарних бірж. Такий ринок дозволяє розвиватися послугам інвестиційного консультування та управління портфелями цінних паперів, що приваблює насамперед дрібних інвесторів.

На ринку цінних паперів здійснюються конкретні види професійної діяльності, такі як: 1) торгівля цінними паперами; 2) депозитарна і розрахунково-клірингова діяльність; 3) управління цінними паперами, що належать іншим особам; 4) ведення реєстру власників іменних цінних паперів; 5) організація торгівлі на ринку цінних паперів (переважно надання послуг, що безпосередньо сприяють укладенню цивільно-правових угод з цінними паперами).

2 Методичні підходи щодо оцінювання фінансових інвестицій

Оцінювання ефективності фінансових інвестицій, як і реальних, здійснюється на основі зіставлення результатів (грошових потоків) і витрат (табл. 1).

Таблиця 1 – Показники оцінки ефективності випуску та обігу цінних паперів

Показники	Розрахункова формула
1. АКЦІЇ	
1. Номінальна вартість акції	$V_n = \frac{K_{ст}}{N_{e,a}}$ <p>V_n – номінальна вартість акції; $K_{ст}$ – статутний капітал підприємства; $N_{e,a}$ – кількість емітованих акцій</p>
2. Ринкова вартість акцій	$V_p = \frac{Ц_p}{N_{e,a}}$ <p>V_p – ринкова вартість акцій; $Ц_p$ – ринкова ціна акцій; $N_{e,a}$ – кількість емітованих акцій</p>
3. Курс акцій	$K_a = \frac{Ц_p}{V_n}; K_a = \frac{R}{k_{п,к}}$ <p>K_a – курс акцій; $Ц_p$ – ринкова ціна акцій; V_n – номінальна вартість акції; R – рендит (ставка дивідендного доходу);</p>

	$k_{п.к}$ – середньоринкова вартість позикового капіталу
4. Рендит	$R = \frac{D}{Ц_{п}}$ <p>R – рендит (ставка дивідендного доходу); D – дивіденд на акцію; $Ц_{п}$ – ціна придбання акції</p>
5. Додатковий дохід на акцію	$D_{д} = Ц_{р} - Ц_{п}$ <p>$D_{д}$ – додатковий дохід на акцію; $Ц_{р}$ – ринкова ціна акцій; $Ц_{п}$ – ціна придбання акції</p>
6. Ставка додаткового доходу на акцію	$C_{д.д.} = \frac{D_{д}}{Ц_{п}}$ <p>$C_{д.д.}$ – ставка додаткового доходу на акцію; $D_{д}$ – додатковий дохід на акцію; $Ц_{п}$ – ціна придбання акції</p>
7. Сукупний кінцевий дохід на акцію	$D_{с} = D - D_{д}$ <p>$D_{с}$ – сукупний кінцевий дохід на акцію; D – дивідент на акцію; $D_{д}$ – додатковий дохід на акцію</p>
8. Ставка сукупного (кінцевого) доходу на акцію	$C_{с.д} = R + C_{д.д.}$ <p>$C_{с.д}$ – ставка сукупного доходу на акцію; R – рендит (ставка дивідендного доходу); $C_{д.д.}$ – ставка додаткового доходу на акцію</p>
9. Коефіцієнт емісійної вартості акцій	$k_{е.в} = \frac{A_{ч}}{K_{ст}} = \frac{A_{с} - ПЗ}{K_{ст}}$ <p>$k_{е.в}$ – коефіцієнт емісійної вартості акцій; $A_{ч}$ – чисті активи; $K_{ст}$ – статутний капітал підприємства; $A_{с}$ – сукупні активи; ПЗ – поточні зобов'язання</p>
10. Коефіцієнт забезпечення привілейованих акцій	$k_{з.п} = \frac{A_{ч}}{N_{п.а}}$ <p>$k_{з.п}$ – коефіцієнт забезпеченості привілейованих акцій; $A_{ч}$ – чисті активи; $N_{п.а}$ – кількість емітованих привілейованих акцій</p>
11. Коефіцієнт ліквідності акцій	$k_{лікв} = \frac{N_{проп}}{N_{прод}}$ <p>$k_{лікв}$ – коефіцієнт ліквідності акцій; $N_{проп}$ – обсяг пропонування акцій; $N_{прод}$ – обсяг продажу акцій</p>
12. Коефіцієнт «пропонування–попиту» акцій	$k_{п-п} = \frac{Ц_{проп}}{Ц_{поп}}$ <p>$k_{п-п}$ – коефіцієнт «пропонування–попиту» акцій; $Ц_{проп}$ – ціна пропозиції акцій; $Ц_{поп}$ – ціна попиту акцій</p>
13. Коефіцієнт обігу акцій	$k_{об} = \frac{N_{прод}}{B_{кап}}$ <p>$k_{об}$ – коефіцієнт обігу акцій; $N_{прод}$ – обсяг продажу акцій;</p>

	$V_{\text{кап}}$ – капіталізована вартість акцій
2. ОБЛІГАЦІЇ	
14. Норма дохідності облігації	$H_d = \frac{D_p + \frac{C_p - C_n}{n}}{\frac{C_p + C_n}{2}}$ <p> H_d – норма дохідності облігації; D_p – процентний дохід на облігацію у грошовому вимірюванні; C_n – номінальна ціна облігації; C_p – ринкова ціна облігації; n – термін обігу облігації </p>
15. Поточна дохідність облігації	$P_d = D_p \cdot \frac{C_p}{C_n}$ <p> P_d – поточна дохідність облігації; D_p – процентний дохід на облігацію; C_n – номінальна ціна облігації; C_p – ринкова ціна облігації </p>
16. Конверсійна премія	$P_k = C_{p,a} - C_{k,o}$ <p> P_k – конверсійна премія; $C_{p,a}$ – ринкова ціна акції на момент емісії конвертованої облігації; $C_{k,o}$ – ціна конверсії, за якою здійснюється конвертація облігації </p>
17. Коефіцієнт конверсії	$k_{\text{конв}} = \frac{H_{\text{вк.о}}}{C_{\text{к.о}}}$ <p> $k_{\text{конв}}$ – коефіцієнт конверсії; $H_{\text{вк.о}}$ – номінальна вартість конвертованої облігації; $C_{\text{к.о}}$ – ціна конверсії, за якою здійснюється конвертація облігації </p>

Формування показників, які оцінюють ефективність випуску та обігу цінних паперів, має свої особливості в порівнянні з оцінюванням реальних інвестицій, а саме:

По-перше, в сумі грошового потоку в процесі здійснення фінансового інвестування немає величини амортизаційних відрахувань, так як в складі фінансових інвестицій відсутні активи, які амортизуються. Тому основу такого грошового потоку утворюють суми періодично виплачуваних відсотків (на вклади в статутні фонди; на депозитні вклади в банках; за облігаціями та іншими борговими цінними паперами).

По-друге, оскільки фінансові активи підприємства не амортизуються, вони продаються (погашаються) в кінці терміну використання підприємством (або в кінці обумовленого фіксованого терміну їх обігу) за такою ціною, яка склалася на момент продажу на фінансовому ринку (або за заздалегідь обумовленою фіксованою ціною). Отже, в процесі фінансового інвестування до складу грошового потоку включають вартість реалізації фінансових інструментів після завершення терміну їх

використання (фіксовану вартість за борговими фінансовими активами та справжню курсову різницю за пайовими фінансовими активами).

Певні відмінності мають місце і в процесі формування рівня прибутковості на вкладений капітал. Якщо за реальними інвестиційними проектами цей показник визначається очікуваним рівнем операційного прибутку, що зумовлено насамперед галузевим обмеженням, то за фінансовими інвестиціями інвестор сам вибирає очікуваний рівень прибутковості з урахуванням ризику вкладень в різні види фінансових інструментів.

Оскільки рівень прибутковості вибирає сам інвестор, то цей показник формує і суму інвестиційних витрат у будь-який інструмент фінансового інвестування, який має забезпечувати йому очікуваний рівень прибутковості.

Отже, оцінювання ефективності того чи іншого фінансового інструменту інвестування зводиться до оцінки його реальної вартості, яка забезпечує отримання очікуваної норми прибутку. Модель (формулу) оцінювання вартості фінансового інструменту інвестування ($C_{ф.і.}$) можна подати у такому вигляді:

$$C_{ф.і.} = \sum_{t=1}^n \frac{\Gamma\Pi_t}{(1+k)^t}, \quad (14)$$

де $\Gamma\Pi_t$ – очікуваний грошовий потік за період використання фінансового інструменту;

k – очікуваний рівень прибутковості фінансового інструменту;

n – кількість періодів формування грошового потоку.

Моделі оцінювання окремих фінансових інструментів представлені в табл. 2.

Таблиця 2 – Моделі оцінювання окремих фінансових інструментів

Вид фінансового інструменту	Параметри моделі	Модель оцінювання	Економічний зміст
1. АКЦІЇ			
Модель оцінювання вартості акції у разі її використання протягом невизначеного терміну	V_a – вартість акції; d_t – дивіденд на акцію у t -му періоді; k – очікуваний рівень дохідності за акціями	$V_a = \sum_{t=1}^n \frac{d_t}{(1+k)^t}$	вартість акції, яка використовується протягом невизначеного терміну, являє собою суму очікуваних дивідендів за окремі періоди, які дисконтовані за ставкою, що дорівнює очікуваному рівню прибутковості
Модель оцінювання	V_a – вартість акції;	$V_a = \frac{d_t}{k}$	якщо $d_1 = d_2 = \dots = d_n$, то вартість акції

вартості акцій зі стабільним рівнем дивідендних виплат	d_t – дивіденд на акцію у t -ом періоді; k – очікуваний рівень дохідності за акціями		розраховується як відношення фіксованого грошового потоку (дивіденду) до очікуваного рівня прибутковості
Модель оцінювання вартості акцій, які використовуються протягом обумовленого періоду	V_a – вартість акції; d_t – дивіденд на акцію в t -му періоді; k – очікуваний рівень дохідності за акціями; P_a – курсова вартість акції наприкінці періоду її реалізації; n – кількість періодів, що включені до розрахунку	$V_a = \sum_{t=1}^n \frac{d_t}{(1+k)^t} + \frac{P_a}{(1+k)^n}$	реальна вартість акції, яка використовується протягом обумовленого терміну, дорівнює сумі дискontованих дивідендів і дискontованої курсової вартості акції в момент її реалізації. За дисконтну ставку береться очікуваний рівень дохідності
Модель оцінювання вартості акцій з постійно зростаючим рівнем дивідендів	V_a – вартість акції; d_1 – дивіденд на акцію у першому періоді; d_0 – дивіденд на акцію в базовому (нульовому) періоді; k – очікуваний рівень дохідності за акціями; g – темп роста дивідендів	$V_a = \frac{d_1}{k-g} = \frac{d_0 \cdot (1+g)}{k-g}$	якщо очікується зростання дивідендів з постійним темпом, тобто $d_t = d_{t-1} \cdot (1+g)$, то ціна акції визначається фіксованим розміром дивіденду майбутнього року (d_1), темпом зростання дивідендів (g) та очікуваним рівнем дохідності акціонерів (k)
Модель оцінювання вартості акцій з рівнем дивідендів, що коливається	V_a – вартість акції; d_t – дивіденд на акцію в t -му періоді; k – очікуваний рівень дохідності за акціями	$V_a = \sum_{t=1}^n \frac{d_t}{(1+k)^t}$	вартість акції, яка використовується протягом планового терміну ($1 \dots n$), являє собою суму очікуваних дивідендів за окремі періоди, які дискontовані за ставкою, що дорівнює очікуваному рівню прибутковості
2 ОБЛІГАЦІЇ			
Модель оцінювання	V_o – вартість облігації;	$V_o = \sum_{t=1}^n \frac{C_o}{(1+k)^t} +$	теперішня реальна вартість облігації з

облігацій періодичною виплатою процентів	3 C_o – сума процентів, які сплачуються в кожному періоді; H_o – номінальна вартість облігації; k – рівень дохідності за облігацією; n – кількість періодів, які залишаються до погашення облігації	$\frac{H_o}{(1+k)^n}$	періодичною виплатою процентів дорівнює сумі всіх процентних надходжень від неї і номінальною вартістю, які дисконтовані за ставкою, що дорівнює очікуваному рівню дохідності
Модель оцінювання вартості облігації з виплатою всієї суми відсотків за умови її погашення	V_o – вартість облігації; C_o – сума процентів, які підлягають сплаті в кінці терміну її обороту; H_o – номінальна вартість облігації; k – рівень дохідності за облігацією; n – кількість періодів, які залишаються до погашення облігації	$V_o = \frac{H_o + C_o}{(1 + k)^n}$	реальна вартість облігації з виплатою всієї суми процентів у разі її погашення дорівнює сукупної вартості її номіналу плюс сума процентів за нею, які дисконтовані за ставкою, що дорівнює очікуваному рівню прибутковості
Модель оцінювання безстрокової акції	V_o – вартість облігації; C_o – сума процентів, які підлягають сплаті в кінці терміну її обороту; k – рівень дохідності за облігацією	$V_o = \frac{C_o}{k}$	вартість безстрокової облігації дорівнює відношенню щорічного доходу до ринкової ставки процентів(очікуваному рівню дохідності за облігаційною позикою)

Лекція 26. Інноваційні процеси та інноваційна діяльність підприємства

План лекції

1. Загальна характеристика інноваційної діяльності та інноваційних процесів

2. Організаційні форми інноваційної діяльності

3. Інноваційна політика підприємства

Завдання на самостійну роботу студента

1. Державне регулювання інноваційної діяльності підприємства

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник/* за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ, 2009. 816 с.

1 Загальна характеристика інноваційної діяльності та інноваційних процесів

Одним з найважливіших умов ефективного господарювання є створення та реалізація конкурентоспроможних товарів і послуг, які виготовляються з використанням результатів інноваційної діяльності.

Інноваційна діяльність – це сукупність дій, засобів, процесів і результатів, пов'язаних зі створенням, освоєнням, використанням і комерціалізацією науково-технічних розробок, випуском на ринок нових товарів (послуг).

Об'єктом інноваційної діяльності є інновації. Як економічна категорія «інновація» вперше введена в науковий лексикон австрійським вченим Й. Шумпетером, який у праці «Теорія економічного розвитку» охарактеризував її як нову організаційну комбінацію виробничих факторів, здійснювану підприємцем, який «спрямовує кошти виробництва в нове русло» і завдяки цьому отримує підприємницький прибуток. Отже Й. Шумпетер, як і деякі інші економісти-науковці, наприклад П. Друкер, розглядають інновації як зміни з метою отримання підприємницького прибутку. Інші відомі вчені, наприклад, Б. Твісс, Б. Санто, А. Лапко, І. Буднікевіч та інші трактують інновації з процесних позицій, тобто пов'язують їх зі створенням, розробкою і доведенням наукової чи іншої нової ідеї до стадії комерційного використання. Третя точка зору вчених, в тому числі Х. Рігса, Р. Фатхутдінова та інших, пропонує розглядати інновації як результат використання новинок з метою отримання різного роду ефектів (соціально-економічного, екологічного тощо).

Для розуміння економічної природи як нібито тотожних категорій «нововведення» та «інновація» слід чіткіше розмежувати їх сутнісні поняття.

Нововведення – це оформлений результат фундаментальних, прикладних досліджень чи розробок, експериментальних робіт у якій-

небудь сфері суспільної діяльності. Вони існують у вигляді: відкриттів, винаходів, патентів, товарних знаків, раціоналізаторських пропозицій, документації на новий чи удосконалений продукт, технологію, управлінський або виробничий процес; ноу-хау; наукових понять, підходів або принципів; документа (стандарта, рекомендацій, методик, інструкцій і т.п.); результатів маркетингових досліджень і т.д. Для розробки нововведення необхідно провести маркетингові дослідження, НДДКР, організаційно-технологічну підготовку виробництва, здійснити виробництво й отримати очікуваний результат.

Інновація є кінцевим результатом впровадження нововведення з метою зміни об'єкта управління й одержання економічного, соціального та інших ефектів.

Інновація – багатогранна економічна категорія. Виходячи із сутності інновацій, можна виділити такі їх типи: технологічні, технічні, продуктові, економічні, соціальні, організаційні, правові.

За критерієм новизни інновації можна розділити на два види: радикальні (тобто базові) й модифікаційні. До **радикальних інновацій** відносяться: нові види продукції; принципово нові види технологій (наприклад, лазерна техніка, біотехніка та ін.), впровадження яких передбачає розробку і використання адекватних технічних засобів, а також нових принципів організації та управління виробництвом. Цей тип інновацій з'являється рідко, зберігаючи соціально-економічну значимість протягом тривалого часу. Радикальні інновації зазвичай створюються країнами з розвиненим науково-технічним потенціалом, що дає можливість проводити цілеспрямовані фундаментальні і прикладні дослідження. Країни з недостатнім науково-технічним потенціалом змушені бути лише споживачами радикальних (базових) інновацій.

Модифікаційний тип інновацій передбачає удосконалення наявних технічних засобів і їх адаптацію до сучасних умов.

Радикальні інновації, які відкривають принципово нові практичні можливості для задоволення тих або інших потреб і вносять якісні зміни у способи діяльності людини, можна умовно розділити на три види:

– *одиночні*, що з'являються досить часто й допускають перехід від однієї технологічної групи до іншої;

– *системні*, що мають всеосяжний економічний вплив і модифікують умови виробництва не тільки в основних секторах виробництва і споживання, а й у багатьох споріднених та обслуговуючих галузях. Нові технологічні системи є наслідком не однієї, а цілої низки послідовних інновацій, пов'язаних зі створенням єдиної технологічної бази;

– *революційні технології*, що представляють собою суттєвий тип інновацій, які привносять кардинальні зміни в техніко-економічні параметри виробництва та пов'язані з основними глобальними економічними циклами.

У нищеназваній праці Й. Шумпетер виділяє п'ять типів інновацій:

– виведення на ринок нового виду виробу, з яким споживачі недостатньо знайомі, або надання нових властивостей традиційному виробу;

– впровадження нового методу виробництва, ще не перевіреного експериментально в відповідних галузях сфери виробництва, в основі якого не обов'язково лежить нове наукове відкриття, однак його застосування можливе лише за нового способу управління товарним виробництвом;

– відкриття нового ринку збуту товарів;

– відшукання нового джерела постачання сировини і напівфабрикатів;

– створення нових організаційних структур (наприклад, забезпечення монопольного стану за допомогою трестів, чи інших інтеграційних об'єднань).

Класифікація інновацій по П. Завліну представлена в табл. 1 [5].

Таблиця 1 – Класифікація інновацій

Класифікаційна ознака	Вид інновацій
За сферою застосування	– управлінські; – організаційні; – соціальні; – промислові
За етапами НТП	– наукові; – технічні; – технологічні; – конструкторські; – виробничі; – інформаційні
За ступенем інтенсивності	– бум; – рівномірна; – слабка; – масова
За темпами впровадження	– швидкі; – уповільнені; – наростаючі; – рівномірні; – циклічні
За масштабами інновацій	– трансконтинентальні; – транснаціональні; – регіональні; – великі, середні, дрібні
За результативністю	– високої результативності; – низької результативності; – стабільної результативності
За видами ефективності	– економічні; – соціальні; – екологічні; – інтегровані

Усю сукупність процесів (явищ), що відбуваються на підприємствах різних галузей національної економіки, можна умовно розділити на дві групи – традиційні та інноваційні. *Традиційні* процеси (явища) характеризують звичайне функціонування національної економіки, його галузей і підприємств, а інноваційні – їх розвиток на якісно новому рівні. Протягом тривалого періоду, коли економіка функціонувала й розвивалася переважно за рахунок екстенсивних факторів (застосування постійно зростаючих обсягів суспільних ресурсів – персоналу, виробничих фондів), у виробництві домінували традиційні еволюційні процеси. Оскільки екстенсивні фактори практично себе вичерпали або стали економічно не вигідними, розвиток та інтенсифікація сучасного виробництва мають базуватися переважно на нових рішеннях у галузях технології, техніки, організаційних форм і методів господарювання. Опрацювання, прийняття та реалізація таких рішень і становлять зміст інноваційних процесів.

У загальному розумінні інноваційні процеси, що мають місце в будь-якій складній виробничо-господарській системі, є сукупністю прогресивних, якісно нових змін, що безперервно виникають у часі та в просторі.

Технічні новинки і нововведення проявляються у вигляді нових продуктів (виробів), технологій їх виготовлення, засобів виробництва (машин, устаткування, енергії, конструкційних матеріалів).

Організаційні нововведення охоплюють нові методи й форми організації всіх видів діяльності підприємств та інших ланок суспільного виробництва (структури управління сферами науки та виробництва, форми організації різних типів виробництва й колективної праці тощо).

Економічні нововведення – це методи господарського управління наукою та виробництвом через реалізацію функцій прогнозування і планування, фінансування, ціноутворення, мотивації та оплати праці, оцінювання результатів діяльності.

Соціальні нововведення – це різні форми активізації людського чинника (професійна підготовка й підвищення кваліфікації персоналу, перш за все керівного складу всіх рівнів; стимулювання творчої діяльності; поліпшення умов і постійне підтримання високого рівня безпеки праці; охорона здоров'я людини та охорона навколишнього середовища; створення комфортних умов життя тощо).

Юридичні нововведення – нові й вдосконалені закони та різноманітні нормативно-правові документи, що визначають і регулюють усі види діяльності підприємств та організацій.

Між окремими видами інноваційних процесів (новинок, нововведень) існує відносно тісний взаємозв'язок. Технічні новинки обумовлюють передовсім відповідні організаційні нововведення, а останні потребують, як правило, певних змін в економічному механізмі діяльності підприємства. Наприклад, створення і розвиток гнучких автоматизованих виробництв на підприємствах різних галузей спричиняють докорінні зміни в організації технічної підготовки виробництва, методах його

оперативного планування та регулювання, а також забезпечують перехід до безперервного (тризмінного) режиму роботи цехів з гнучкими виробничими системами. Широкомасштабна комп'ютеризація виробництва та інших сфер діяльності людини зумовлює появу нового виду господарювання – промислового сервісу й відповідних організаційно-економічних форм його здійснення.

Ефективні технічні, організаційні та економічні нововведення неодмінно ведуть до помітних позитивних змін у соціальних процесах на підприємствах, а постійна актуалізація нагальних завдань соціального характеру ініціює розв'язання їх за допомогою нових економічних підходів. Зрештою всі нововведення на підприємствах, які зорієнтовано на динамічний розвиток і невпинне підвищення ефективності виробництва, мають спиратися на власні юридичні основи, відповідні нормативно-законодавчі акти – інакше вони не справлятимуть належного впливу на масштаби і строки досягнення соціально-економічних цілей діяльності підприємств та організацій. Тому треба позитивно оцінювати активізацію законотворчих процесів в Україні, які сприяють скорішому переходу до соціально-орієнтованих ринкових відносинам між суб'єктами господарювання; розроблення і схвалення пакета законів і механізмів їх практичної реалізації, що визначають і регулюють діяльність підприємств і організацій усіх галузей національної економіки.

Слід підкреслити, що найбільший вплив на результативність (ефективність) діяльності підприємства справляють технічні і організаційні нововведення. Інші нововведення впливають на виробництво опосередковано (через ефективність нових організаційно-технічних рішень).

2 Організаційні форми інноваційної діяльності

Сфери інноваційної діяльності охоплює велику кількість організацій, залучених в інноваційний процес на різних стадіях і виконують певні функції. За характером залучення до інноваційного процесу до вибору інновацій суб'єкти господарювання поділяються на чотири категорії:

– *експлеренти* – високодохідні та надто ризиковані підприємства, що спеціалізуються на створенні нової продукції або сегментів ринку завдяки організації в своїй структурі потужних дослідницьких відділів та конструкторських бюро;

– *патієнти* – малі та середні підприємства, що створюють ексклюзивні високоякісні та дорогі товари для потреб вузького сегмента ринку і в такий спосіб уникають конкуренції із великими корпораціями;

– *комутанти* – підприємства, які використовують інновації, створені іншими, збагачуючи їх індивідуальними характеристиками, пристосовуючись до невеличких за обсягами потреб конкретного клієнта

(зазвичай комутанти – це малі підприємства, які використовують інновації на стадії їх старіння);

– *віоленти* – підприємства, що розробляють інновації для зниження собівартості виготовлення продукції, водночас забезпечуючи їй рівень якості, відповідний потребам ринку.

Віднесення підприємств до певної категорії є умовним, оскільки вони реалізують не один вид продукту. Тому у певний момент підприємство-експеримент перетворюється на віолента чи пацієнт.

До найефективніших методів прискорення інноваційної діяльності, наприклад, в США, Канаді, відносяться так звані венчурні (ризикові) форми її організації на рівні корпорацій. «Венчур» в перекладі з англійської означає «ризикове підприємництво», «починання». Виникає воно здебільшого в системі корпорацій і має на меті прискорювати інноваційну діяльність, створювати інноваційні продукти, впроваджувати їх у виробництво, здійснювати розпродаж корпораціями неефективних науково-дослідних підрозділів своїм співробітникам. Здебільшого для цього випускаються фіктивні акції ризикового капіталу, які отримали назву «фантоми» і які можуть обертатися тільки в межах корпорації.

Корпорації сучасних розвинених країн прагнуть до того, щоб підрозділи наукових досліджень і розробок зробити відносно самостійними і зменшити ймовірність комерційних ризиків. Для цього створюються, з одного боку, внутрішні венчурні відділи, що мають достатню самостійність і всі переваги малих інноваційних підприємств. Але перевагу корпорації віддають зовнішнім венчурам. Організаційні структури подібних утворень є досить складними, багатоланковими і різноманітними. У сучасних умовах вони набувають форми «науково-дослідного консорціуму». Такі форми успішно розвиваються в галузі мікроелектроніки.

В даний час сформувалося кілька видів науково-дослідних консорціумів:

– *такі, що* орієнтуються на проведення довгострокових, багаторівневих фундаментальних і прикладних досліджень. Вони мають свій потужний науково-технічний потенціал, тобто наукові кадри, лабораторії, інформаційну базу, дослідні підприємства тощо;

– *консорціуми, які* продовжують дослідження, засновані університетами та інститутами. Вони в більшості не мають своєї дослідницької бази, а штат їх працівників хоч і кваліфікований, але нечисленний;

– *ті, що* спрямовують свою діяльність на узагальнення певних розробок, вироблення єдиних галузевих стандартів і контроль за їх дотриманням. Вони менше займаються розробленням реальних інновацій, а лише намагаються прискорити поширення неадаптованих інновацій.

Спільним у діяльності науково-дослідних консорціумів є те, що їх поєднує венчурне фінансування. Наявність фінансових венчурних ресурсів є основою створення, діяльності, успіху різних форм венчурного

підприємництва. Їх поява, функціонування, інколи банкрутство свідчить про те, що венчурні та й інші інноваційні фонди є новою ефективною формою фінансового капіталу, який обслуговує свій ринок, і насамперед ринок інновацій.

Венчурні фонди стають базою розвитку різних форм організації діяльності, зокрема венчурний підприємств.

Венчурні підприємства – невеликі за розміром фірми, які створюють односторонні, зокрема інженери, дослідники, конструктори, менеджери, що мають досвід і навички проведення дослідницької роботи, уміють збирати та аналізувати відповідну інформацію, узагальнювати результати аналізу, виявляти тенденції, закономірності перебігу процесів та обґрунтовувати певні рішення. Такі підприємства є найбільш наближеними до інноваційного процесу і на перших етапах своєї діяльності можуть бути неприбутковими. Доходи таких підприємств залежать від використання їх розробок фірмами, які виготовляють і реалізують продукцію. Успішне функціонування виробничих фірм через фінансові відносини автоматично забезпечує рентабельність і венчурних підприємств.

В умовах України основним завданням розвитку організаційних форм інноваційного підприємництва є насамперед досягнення балансу інтересів інноваційного та виробничого бізнесу. Це треба вирішувати шляхом продуманої інноваційної політики і диверсифікації сфери інноваційної діяльності.

Як зазначено в Господарському Кодексі України, **інноваційне підприємство** (інноваційний центр, технопарк, технополіс, інноваційний бізнес-інкубатор тощо) – підприємство (об'єднання підприємств), що розробляє, виробляє і реалізує інноваційні продукти.

Продукцію або послуги, обсяг яких у грошовому вимірі перевищує 70 відсотків його загального обсягу продукції і (або) послуг. Організаційно воно може бути сформовано у вигляді інноваційного бізнес-інкубатора (центру, клубу), технопарку, технополісу тощо.

Практика ринкових країн показує, що в результаті активізації інноваційного бізнесу в економіці все більшу роль відіграє мале і середнє підприємництво. З метою підтримки розвитку таких підприємницьких структур на етапі їх становлення у багатьох країнах створюють бізнес-інкубатори.

Інноваційний бізнес-інкубатор – це інноваційне підприємство, яке має на меті створення сприятливих умов для ефективної діяльності малих інноваційних і виробничих підприємств, які розробляють і впроваджують нові технології, техніку, продукцію, послуги. У більшості випадків бізнес-інкубатори мають необхідну інфраструктуру для організації підприємництва тими, хто виявив інтерес до інноваційно-виробничої діяльності, їм можуть надати приміщення, обладнання на певний період, консультації з економічних, фінансових, юридичних питань, організувати інформаційне та рекламне забезпечення на пільгових умовах. Бізнес-

інкубатори мають можливість проводити експертизу інноваційних проєктів, патентні дослідження, здійснювати пошук інвесторів.

Однією з найважливіших особливостей бізнес-інкубаторів є те, що вони функціонують на основі самофінансування і готують новостворені малі фірми працювати як фінансово самостійні структури. Вони зацікавлені в тому, щоб малі інноваційні та виробничі підприємства якомога швидше ставали рентабельними, тобто прибутковими, оскільки сам інкубатор також може брати участь у привласненні частки прибутку малих підприємств у перспективі. Зазвичай тривалість перебування новоствореного підприємства під опікою бізнес-інкубатора обмежується терміном три роки, якого вважають достатнім для того, щоб мале підприємство стало здатним самостійно і ефективно функціонувати.

Формування інноваційної інфраструктури в Україні у формі бізнес-інкубаторів, бізнес-центрів, бізнес-клубів є необхідною умовою для розвитку вищих інноваційно-організаційних форм – технопарків і технополісів.

Технопарк як вища організаційна форма інноваційної діяльності, яка являє собою територіально відокремлений комплекс, сформований на базі провідного університету чи академії. Він здійснює наукове, кадрове та інформаційне обслуговування інноваційної діяльності в його межах. До його складу входять й інші наукові установи, промислові підприємства, інформаційні, обслуговуючі та виставкові приміщення, житловий сектор, транспортне обслуговування, зв'язок тощо. Як свідчить світовий досвід, комерціалізація науково-технічних розробок через технопарки в чотири рази швидше і у стільки ж разів дешевше, ніж коли це здійснюють традиційні наукові колективи. Головним завданням створення технопарків має бути впровадження ринкових принципів співпраці наукових установ з виробничими підприємствами, комерціалізація науково-технічної діяльності, прискорення впровадження наукових розробок у сфері виробництва товарів і надання послуг.

Технопарки за своєю організаційною і фінансовою сутністю є досить складними структурними утвореннями. Для їх створення потрібні чималі зусилля університетів, Національно академії наук України, банків, корпорацій, уряду, місцевої влади, науково-дослідні та освітні установи мають відігравати провідну роль і бути творцями нових ідей і знань.

Світовий досвід свідчить, що інноваційний розвиток регіональних економік найбільш динамічно і стійко реалізується за допомогою науково-індустріальних парків у вигляді технополісів.

Технополіс – це спеціальне територіальне утворення міського типу (місто, район міста), призначене для системно організованого кластера наукових індустрій, інновацій, наукових і обслуговуючих організацій, а також для проживання і відпочинку їх працівників. Технополіс – більш складна на відміну від технопарку організаційна інноваційна система. У технополіс розробляються і реалізуються нові ідеї у вигляді наукомісткої комерційної продукції і високих технологій, конкурентних на світових

ринках. Особлива цінність технополісу – синергічний ефект наукових і технологічних розробок за рахунок концентрації інноваційного потенціалу, тісних зв'язків серед утворюючих технополіс юридичних і фізичних осіб, їх взаємної підтримки.

Розмір території, яку займає кожен технополіс – до 3000 га (30 кв.км); кількість фірм, що його утворюють, зазвичай складає 100 – 300 одиниць. Близько 40% світових технополісів і технопарків розміщено в США. Здебільшого вони створені на основі Стенфордського, Масачусетського і Гарвардського університетів. Стенфордський технополіс відомий як «Силіконова долина» і в ньому працює понад 25 тис. вчених, конструкторів, винахідників, програмістів, переважно в відомих компаніях «Майкрософт» та «Інтел».

Діяльність технополісів координує Всесвітня Асоціація Технополіс (WTA). WTA – міжнародна асоціація технополісів і міст з науково-технологічним потенціалом, в яких головною стратегією регіонального розвитку є наукова індустрія на основі високих технологій. Вона створена в 1997 р., місце розміщення її штаб-квартири – Сеул, Південна Корея. WTA входить до складу ЮНЕСКО.

Головні напрямки діяльності WTA наступні: створення міжнародного інформаційного обміну; організація спільних досліджень; розвиток венчурного бізнесу; формування техноринку асоціації для сприяння трансферу технологій; кооперування задля створення і розвитку технополісів і індустріальних парків; створення віртуальної торгової експозиції; просування спільних проєктів.

3 Інноваційна політика підприємства

Управління сукупністю інноваційних процесів визначає інноваційну політику підприємства, яка встановлює зв'язок між розвитком підприємства і напрямками його інноваційної діяльності.

Інноваційна політика – це сукупність пріоритетних напрямків і цільових завдань, засобів обґрунтування форм, методів і регулюючих механізмів, спрямованих на створення взаємопов'язаних систем і підсистем організаційного, ресурсного та мотиваційного забезпечення, ініціювання та розвитку інноваційних процесів.

Інноваційна стратегія займає особливе місце в системі стратегічного планування, оскільки саме вона визначає напрямки подальшого розвитку технічної та технологічної бази виробництва, розробку нових продуктів, економічний ефект від впровадження яких і буде визначати фінансовий стан підприємства в майбутньому. Інноваційна стратегія є основою сталого розвитку всіх сфер виробничої діяльності.

Інноваційна стратегія – вираження цілей перспективного росту підприємства, що реалізується через взаємопов'язані дії щодо виявлення

пріоритетів в інноваційній сфері та їх досягнення. Наслідком цих дій є нова позитивна якість виробництва та управління. Інноваційна стратегія дозволяє конкретизувати цілі, методи і засоби впровадження новинок різного типу, сферу їх застосування, можливості диверсифікації виробництва, оцінити доцільність удосконалення раніше освоєних продуктів і процесів, виявити реальні інноваційні можливості підприємства в даний момент і в перспективі з урахуванням сучасного стану і прогнозованою динаміки розвитку економіки в цілому.

На початковому етапі формування інноваційної стратегії підприємству необхідно визначити її тип. За класифікацією Фрідмана існує шість типів інноваційних стратегій підприємства: наступальна, захисна, імітаційна, залежна, традиційна і «стратегія ніші».

Наступальна інноваційна стратегія охоплює активні НДДКР, орієнтовані на маркетинг, злиття і поглинання підприємств.

Захисна інноваційна стратегія відображає реакцію підприємства на дії конкурентів і побічно – на потреби і поведінку споживачів.

Імітаційна інноваційна стратегія підприємства пов'язана з копіюванням технології виробництва продукції фірм-піонерів і передбачає придбання ліцензії для виробництва такого продукту.

Залежна інноваційна стратегія відрізняється тим, що характер інноваційних змін на підприємстві залежить від політики провідних фірм галузі, які домінують в коопераційних зв'язках.

Традиційна інноваційна стратегія означає відсутність технологічних змін на підприємстві. На таких підприємствах закріплюються певні інноваційні форми на тривалий період їх життєвого циклу.

Стратегія ніші – це інноваційна стратегія, пов'язана з використанням нової інформації і нових можливостей, що виникають у зовнішньому середовищі.

Формування інноваційної політики слід здійснювати на основі певних принципів, що відображають загальний, системний підхід до управління інноваційними процесами на підприємстві.

До принципам формування інноваційної політики відносяться:

- стратегічна орієнтація;
- задоволення ринкових потреб;
- відображення цілей організації;
- планомірність;
- комплексність;
- інформаційна підтримка.

Залежно від характеру залучення до інноваційного процесу та підходу до вибору інновацій інноваційна політика ділиться на чотири види: експлементарну, патієнтну, комутантну й віолентну (вибір виду інноваційної політики залежить від характеру інноваційної діяльності, яку ведуть відповідні категорії підприємств).

Інноваційна політика повинна мати такі складові: маркетингову, науково–технологічну, структурно-організаційну, операційну, інвестиційну.

Інноваційна діяльність підприємств є прогресивною формою їх розвитку, яка дозволяє досягти довгострокових конкурентних переваг, підвищити науково-технічний рівень виробництва та ефективність використання ресурсів підприємства. Але інноваційний розвиток будь-якого підприємства залежить від можливостей інвестиційної підтримки інновацій. Тому інвестиційна складова займає особливе місце серед складових інноваційної політики підприємства.

Лекція 27. Ефективність діяльності підприємства

План лекції

1. Сутнісна характеристика ефективності виробництва
2. Методики оцінювання ефективності діяльності підприємства
3. Фактори підвищення ефективності виробництва

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник*/ за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ, 2009. 816 с.

1 Сутнісна характеристика ефективності виробництва

Процес виробництва на підприємстві здійснюється при певній взаємодії визначальних його чинників: персоналу (робочої сили), засобів і предметів праці. Використовуючи наявні засоби виробництва, персонал підприємства виробляє суспільно корисну продукцію або надає виробничі або побутові послуги. Це означає, що, з одного боку, мають місце витрати живої і матеріалізованої праці, а з іншого – результати виробництва.

Проблема оцінювання і аналізу результатів бізнес–діяльності на різних рівнях національної економіки стає все більш актуальною. Сприяє цьому процесу тенденція до підвищення насиченості товарами внутрішнього ринку, вичерпання екстенсивних факторів росту ВВП України, а також необхідність удосконалення існуючих сьогодні підходів до управління підприємствами з точки зору чіткого розмежування управлінського, податкового, фінансового та бухгалтерського обліку. Сьогодні існує значний розрив між тим, що аналітик підприємства або менеджер будь-якого рівня бажає виміряти, і тим, що він може виміряти, виходячи з наявної у нього інформації, рівня підготовки, технічних засобів тощо.

Крім того, слід зазначити, що проблема управління ефективністю діяльності підприємства є багатогранною і допускає використання багатьох підходів до оцінювання. Основне завдання при цьому для бізнесмена полягає в тому, щоб вибрати саме той методичний підхід, який максимально відповідає умовам або особливостям діяльності його компанії, а також сформованій системі управління організацією.

Традиційна і найбільш важлива в наукових дослідженнях економічна категорія «ефективність» не знайшла однозначного тлумачення в працях вітчизняних і зарубіжних вчених. Сьогодні часто можна зустріти антиномічні судження про природу, роль і значення категорії «ефективність» діяльності соціально-економічних систем різних рівнів. Так, одні дослідники віддають перевагу використанню терміну «результативність», інші «продуктивність», виходячи зі штучного характеру категорії «ефективність». Незмінною з плином часу залишається головна причина-проблема цих наукових досліджень – отримання більших результатів (ефекту, обсягу продукції) при зниженні або незмінності витрат на їх досягнення.

Еволюцію наукових знань з проблеми ефективності господарської діяльності прийнято ділити на три основних фази:

– *перша фаза* включає всі праці з проблеми до появи робіт Паретто. Перший етап характеризується розвитком класичної економічної наукової думки, яка базується на переконаності, що ринкова економіка і приватна власність на засоби виробництва завжди призводять до оптимуму ефективності;

– в рамках *другої фази* вдалося поставити проблему управління економічними системами на наукову основу;

– *третья фаза* розвитку починається приблизно з 40-х років ХХ століття і триває досі. Теоретики цього етапу намагалися уточнити і науково обґрунтувати умови максимальної ефективності.

Існує велика кількість визначень поняття «ефективності діяльності підприємства»:

– **ефективність діяльності підприємства** – це комплексне відбиття кінцевих результатів використання засобів виробництва і робочої сили за певний період часу;

– **ефективність діяльності підприємства** – це сукупність досягнення системою поставлених перед нею цілей, ступінь завершення «необхідної» роботи;

– під **ефективністю**, як правило, розуміють продуктивність, яка визначається відношенням ефекту до витрат;

– **економічна ефективність** – це отримання певного результату на одиницю використаних ресурсів;

– **економічна ефективність діяльності підприємства** (productive efficiency) – використання мінімальної кількості ресурсів для виробництва певного обсягу продукції, виробництво цього обсягу продукції при мінімальних середніх загальних витратах;

– **ефективність** означає відсутність втрат, тобто настільки повне використання ресурсів, наскільки це можливо для задоволення потреб людей.

Майже у всіх визначеннях вчені використовують поняття «результат», яке за своїм значенням характеризує наслідок певної дії. Як результат можуть використовуватися різні економічні критерії: фінансові (прибуток, собівартість тощо), трудові (економія живої і матеріалізованої праці, використання часу, трудомісткість тощо), майнові та інші.

У зарубіжній практиці як синонім терміну «ефективність господарювання» використовується термін «продуктивність системи виробництва і обслуговування». В цьому випадку під продуктивністю розуміють ефективне використання ресурсів (праці, капіталу, землі, матеріалів, енергії, інформації) для виробництва різноманітних товарів і послуг.

Поняття ефективності (результативності) може розглядатися в контексті необхідності досягнення мети виробничо–господарської діяльності підприємства (організації) з найменшими втратами суспільної праці або часу.

В остаточному підсумку змістовне тлумачення ефективності (результативності) як економічної категорії визначається об'єктивно діючим законом економії робочого часу, яке є основним елементом багатства і мірилом витрат, необхідних для його нагромадження та використання суспільством. Тому підвищення ефективності виробництва необхідно вважати конкретною формою прояву цього закону.

Слово «результат» має французьке походження і означає наслідок чого-небудь, кінцевий підсумок дій, цільовий наслідок діяльності в будь-якій сфері. Слід зазначити, що на відмінність між термінами «результативність» та «ефективність» вказав також відомий економіст П. Друкер, який відзначав, що перший з них слід трактувати як «робити правильні речі», а другий – «робити речі правильно». За своєю суттю результативність має цільову природу і відноситься до сфери оцінювання отриманих наслідків господарських рішень або діяльності за певний період, У той же час ефективність традиційно частіше використовують для характеристики використання ресурсів в напрямку досягнення цілей організації.

Сутнісна характеристика ефективності виробництва (продуктивності системи) характеризується виразом:

$$\text{Ефективність діяльності} = \frac{\text{Результати}}{\text{Ресурси (витрати)}}. \quad (1)$$

Необхідно розрізняти різні прояви ефективності в економічних системах:

– кінцевий результат процесу виробництва, діяльності підприємства на рівні організаційно відокремленого автономної ланки національної економіки;

– кінцевий результат роботи підприємства або іншої інтеграційної структури на рівні галузі, регіону або економіки держави.

Перше відбиває матеріалізований результат процесу виробництва, що вимірюється обсягом продукції в натуральній і вартісній формах; другий включає не тільки кількість виготовленої продукції, а також її споживчу додану вартість. Традиційно вважається, що кінцевим результатом процесу виробництва (виробничо-господарської діяльності підприємства) за певний період часу є чиста продукція, тобто новостворена вартість, а фінансовим результатом комерційної діяльності – прибуток (прибутковість).

Основою побудови класифікацій та оцінювання ефективності функціонування підприємства є базовий критерій. Сам цей термін означає ознаку, на основі якої проводиться оцінювання або формується класифікація чого-небудь. Найбільш часто використовуються такі критерії ефективності: загальний, локальний; соціально-економічний, економічний, соціальний; інтегрований, частковий. Праці Д. Скотт-Сінка базуються на виділенні таких критеріїв результативності діяльності компаній: ефективність, економічність, якість, прибутковість, продуктивність, якість трудового життя, інноваційність.

Розкриємо сутнісно-змістовну характеристику окремих видів ефективності.

Економічну ефективність відображають через різні вартісні показники, що характеризують проміжні і кінцеві результати виробництва на підприємстві чи в іншій інтеграційній виробничій структурі. До таких показників відносяться: обсяг товарної, чистої або реалізованої продукції; величина отриманого прибутку, рентабельність виробництва (виробів); економія ресурсів (матеріальних, трудових) або загальна економія від зниження собівартості продукції; продуктивність праці.

Соціальна ефективність полягає у скороченні тривалості робочого тижня, збільшенні кількості нових робочих місць і рівня зайнятості людей, поліпшення умов праці і побуту, стану навколишнього середовища, безпеки життя. Соціальні наслідки виробництва можуть бути не тільки позитивними, але і негативними (безробіття, посилення інфляції, погіршення екологічних показників).

Локальна (комерційна) ефективність визначає конкретний результат виробничо-господарської або іншої діяльності підприємства, внаслідок чого вона має певну вигоду (дохід, прибуток).

Якщо виробництво продукції на певному підприємстві вимагає додаткових витрат ресурсів, але її споживання на іншому підприємстві пов'язане з меншими експлуатаційними витратами або іншими позитивними наслідками діяльності, то це свідчить про *господарську ефективність*, тобто про сукупний ефект у сфері виробництва і споживання відповідних товарів (послуг) .

Абсолютна ефективність характеризує загальну або питому (в розрахунку на одиницю витрат чи ресурсів) ефективність діяльності підприємства (організації) за певний проміжок часу.

Порівняльна ефективність відображає наслідки порівняння можливих варіантів господарювання і вибір кращого з них; рівень порівняльної ефективності відбиває економічні та соціальні переваги обраного варіанту здійснення господарських рішень (напрямів діяльності) в порівнянні з іншими можливими варіантами.

Слід зазначити, що дослідження ефективності діяльності (функціонування) підприємства не можуть проводитися без вивчення самих **ефектів**.

Первинний ефект – це початковий одноразовий ефект, який отриманий внаслідок здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства (організації), впровадження прибуткових технічних, організаційних чи економічних заходів.

Мультиплікаційний ефект. Слід зазначити, що первинна (початкова) ефективність майже завжди примножується завдяки різноспрямованого і багаторазового використання названих заходів не лише на цьому, але і на інших підприємствах, в інших сферах діяльності. Тоді й виникає мультиплікаційний ефект, що виявляється частіше в декількох специфічних формах – дифузійному й резонансному ефектах, а також ефектах «стартового вибуху», супровідних можливостей і акселерації.

Дифузійний ефект реалізується тоді, коли певне господарсько-управлінське рішення, нововведення технічного, організаційного, економічного і соціального характеру поширюється на інші галузі, внаслідок чого відбувається його мультиплікація.

Резонансний ефект має місце тоді, коли якийсь нововведення в певній галузі активізує і стимулює розвиток інших явищ у виробничій сфері (наприклад, отримання синтетичного волокна дозволило виробляти нові види тканини, а отже – нові види одягу).

Ефект «стартового вибуху» – це своєрідна «ланцюгова реакція» в перспективі. Він можливий за умови, коли певний «стартовий вибух» стає початком наступного лавиноподібного збільшення ефекту в цій же або в іншій галузі виробництва чи діяльності (наприклад, використання економіко-математичних методів і моделей в управлінні, виробництві, різних галузях науки).

У процесі створення будь-яких матеріальних цінностей з'являються *супровідні ефекти* (можливості) з певним цільовим результатом. Такі можливості виявляються у вигляді різних проміжних і побічних результатів (ефектів), використання виробничих і побутових відходів.

У будь-якій сфері діяльності має місце ефект акселерації (прискорення), який означає прискорення темпів поширення і застосування якогось конкретного позитивного результату;

Синергічний ефект висловлює такий комбінований вплив сукупності тих чи інших інновацій на фінансово-економічний стан суб'єкта

господарювання, коли загальний ефект перевищує суто арифметичну суму впливу на виробництво (діяльність) кожної інновації окремо, тобто коли кожна інновація посилює вплив усіх інших.

Межі між окремими формами ефективності є умовними і відносними. Діалектичний взаємозв'язок цих форм полягає в тому, що всі вони разом формують загальний інтегрований ефект від практичної реалізації того чи іншого управлінського рішення.

2 Методики оцінювання ефективності діяльності підприємства

Для кількісного і якісного виміру ефективності функціонування соціально-економічних систем, як правило, використовуються вартісні одиниці, які вважаються найбільш універсальними. Вимірювання ефективності функціонування підприємства – це вибір фізичних, вартісних, тимчасових або інших вимірників для окремих елементів функціонального процесу, а також встановлення системи взаємозв'язків між ними.

В економічних дослідженнях розглядається, як правило, два аспекти ефективності функціонування господарських систем – соціального та економічного. Відповідно до цього пропонується як критерій ефективності використовувати характеристики (результативність) господарського процесу і рівень задоволеності потреб його учасників.

Існують такі теоретичні підходи до оцінювання ефективності діяльності підприємств: витратний, результативний, порівняльний (цільовий) і експертний. На цій основі виділяють три групи показників ефективності:

– *вхідні показники* – реалізують витратний підхід до оцінювання, яким передбачається використовувати вхідні характеристики функціонування підприємства (наприклад, витрати матеріалів на одиницю продукції);

– *вихідні показники* – використовуються при результативному підході до оцінювання функціонування підприємства (наприклад, показники рентабельності);

– *процесні показники* – є базовими при порівняльному підході до оцінювання функціонування підприємства. У цьому підході використовують цільові (структурні, функціональні, якісні) характеристики (наприклад, показники збалансованості або оптимальності).

Залежно від основного критерію оцінювання формується система аналітичних співвідношень, які на кінцевому етапі досліджень, як правило, прагнуть звести до одного інтегрованого показника або системи взаємопов'язаних показників. Традиційно ефективність діяльності компанії визначають за допомогою зіставлення досягнутих обсягів реалізації

продукції (робіт, послуг) і витрат всіх видів ресурсів для забезпечення цього обсягу виробництва:

$$\begin{aligned} & \text{Ефективність діяльності підприємства} = \\ & = \frac{\text{Обсяг реалізованої продукції}}{\text{Витрати на трудові ресурси} + \text{Витрати на формування оборотних активів}} = \\ & = \frac{\text{Обсяг реалізованої продукції}}{\text{Витрати на формування основних засобів} + \text{Витрати на інтелект. власність} + \text{Інші витрати компанії}} \end{aligned} \quad (2)$$

Доцільно об'єднати всі методи визначення ефективності діяльності підприємства в такі групи:

– *Методи трудового оцінювання ефективності* – базуються на визначенні трудових еквівалентів всіх видів витрат компанії на підготовку, виробництво і збут продукції. Концептуальною основою такого типу методик є теорія відносної замінності економічних ресурсів.

– *Методи фінансового оцінювання ефективності* – ґрунтуються на використанні як вимірників ефективності діяльності компанії окремих фінансових показників (платоспроможності, ділової активності, фінансової стійкості). Концептуальною основою такого типу методик є теза, що всі аспекти діяльності компанії відображаються в її фінансових результатах, структурі капіталу тощо.

Методи стратегічного оцінювання ефективності – основний акцент робиться на досягненні стратегічних цілей компанії. Виділяється кілька ключових факторів ефективності з позиції спрямованості на стратегічний результат компанії.

Методи статистичного оцінювання ефективності – відображають технічний підхід до визначення ефективності на основі використання традиційних статистичних і математичних процедур до аналізу будь-яких економічних показників і процесів.

Методи витратного оцінювання ефективності – головними показниками ефективності є абсолютна величина і структура витрат за будь-яким напрямом діяльності компанії. Найбільшого поширення вони набули у методиках управління витратами і обґрунтуванні інвестиційних проєктів.

Методи неекономічного оцінювання ефективності – як ключові критерії використовуються характеристики подвійної природи (екологічність виробництва, соціалізація економічних процесів).

Порівняльна характеристика методичного інструментарію оцінювання ефективності діяльності сучасного підприємства представлена в табл. 1.

Таблиця 1 – Порівняльна характеристика методичного інструментарію оцінювання ефективності діяльності сучасних підприємств

Критерії порівняння	Ринкова вартість	Фінансові показники	Витратні показники	Нефінансові показники
Рівень використанн я показників	компанія/сфе-ра бізнесу	бізнес– одиниці компанії	функціональні підрозділи	компанія, бізнес– процеси і робочі групи
Призначення показників	стратегічне планування і угоди купівлі- продажу	фінансовий аналіз і тактичний аналіз	управління витратами компанії	оцінка ринкових, організаційних, соціальних та інших характеристик компанії
Придатність для управління компанією	стратегічне управління прогнозує майбутнє компанії	показники характеризу- ють минулий досвід діяльності компанії	показники характеризують минулий досвід діяльності, мають високий рівень проникнення в діяльність компанії	управління окремими сферами діяльності компанії
Мотиваційна функція	використовують -ся для мотивації менеджерів вищої ланки	використову -ються для мотивації менеджерів середньої ланки і частково вищого	мало використовуютьс я для мотивації персоналу	використовуютьс я тільки ті показники, які впливають на грошові потоки і фінансові результати компанії
Принцип розрахунку	тільки на вищому рівні управління	за принципом «знизу– вгору»	за принципом «знизу–вгору»	за специфічними процедурам і технологіям
Можливість зіставлення	зіставлена в окремій сфері бізнесу	зіставлені в межах однієї компанії	зіставні в межах однієї компанії	непорівнянна навіть в рамках однієї компанії
Інтеграція у традиційну систему обліку	неінтегрована	майже повністю інтегровані	повністю інтегровані	неінтегровані

Вивчимо поняття ефективності через прибутковість. Слід зазначити, що дослідження інтегрованої ефективності діяльності компанії за допомогою прибутковості не дозволяє чітко визначити першопричини, які зумовили її зміни (або за рахунок зростання продуктивності праці, або у зв'язку зі скороченням витрат, або внаслідок зміни кон'юнктури ринку). Для практичного використання такого структурного аналізу прибутковості слід чітко детермінувати різновиди взаємозв'язків між прибутковістю та

ефективністю діяльності підприємства, які передбачають чотирьох типів таких зв'язків:

– «*Висока результативність – висока прибутковість*» – фінансово-економічний стан підприємства, як правило, є стійким, ринкові позиції стабільними, а перспективи реальними. При наявності такої залежності компанії прагнуть підтримувати цю пропорцію як можна довше.

– «*Низька результативність – висока прибутковість*» – компанія з таким співвідношенням знаходиться в ситуації тимчасового успіху, тобто висока прибутковість не може бути забезпечена в довгостроковій перспективі, постійно низька результативність діяльності нівелює високу прибутковість поточних операцій. Основною метою компаній з таким співвідношенням є «створювати власне майбутнє» – поліпшувати результативність.

– «*Висока результативність – низька прибутковість*» – характеризує компанії, які незабаром почнуть працювати собі в збиток, а висока результативність формується за рахунок досягнення минулих періодів або виключно ринкового положення. Менеджери таких компаній повинні спрямувати зусилля на маркетингову діяльність, оптимізувати товарну політику.

– «*Низька результативність – низька прибутковість*» – таке співвідношення характерно для компаній на грані банкрутства, без перспектив виходу з кризового стану в короткостроковій перспективі. В таких організаціях слід реалізувати найбільш радикальні заходи антикризового менеджменту.

Формуючи систему показників ефективності діяльності суб'єктів господарювання, доцільно дотримуватися певних **принципів**:

– забезпечення органічного взаємозв'язку критерію та системи конкретних показників ефективності діяльності;

– відображення ефективності використання всіх видів застосовуваних ресурсів;

– можливість застосування показників ефективності до управління різними ланками виробництва на підприємстві (діяльності в організації);

– виконання головними показниками стимулюючої функції в процесі використання наявних резервів зростання ефективності виробництва (діяльності).

Система показників ефективності виробництва (діяльності), побудована на основі наведених принципів, повинна включати кілька груп: узагальнюючі показники ефективності виробництва (діяльності); показники ефективності використання праці (персоналу); показники ефективності використання основного та оборотного капіталу; показники ефективності використання фінансових коштів (оборотного капіталу і інвестицій). Кожна з цих груп включає певну кількість конкретних абсолютних чи відносних показників, що характеризують загальну ефективність господарювання або ефективність використання окремих видів ресурсів (табл. 2).

Таблиця 2 – Система показників ефективності виробництва (діяльності) суб'єктів господарювання

Узагальнюючі показники	Показники ефективності використання		
	праці (персоналу)	виробничих фондів	фінансових коштів
–Рівень задоволення потреб ринку –Виробництво чистої продукції на одиницю витрат ресурсів –Прибуток на одиницю загальних витрат –Рентабельність виробництва –Витрати на одиницю товарної продукції –Частка приросту продукції за рахунок інтенсифікації виробництва – Загальногосподарський ефект використання одиниці продукції	–Темп зростання продуктивності праці –Частка приросту продукції за рахунок зростання продуктивності праці –Відносне вивільнення працівників –Коефіцієнт використання корисного фонду робочого часу –Трудомісткість одиниці продукції –Зарплатомісткість одиниці продукції	–Загальна фондovіддача (за обсягом продукції) –Фондовіддача активної частини основного капіталу –Рентабельність основного капіталу –Фондомісткість одиниці продукції – Матеріаломісткість одиниці продукції –Коефіцієнт використання найважливіших видів сировини і матеріалів	–Оборотність оборотного капіталу –Рентабельність оборотного капіталу –Відносне вивільнення оборотного капіталу –Питомі капітальні вкладення (на одиницю приросту потужності або продукції) –Рентабельність інвестицій –Термін окупності вкладених інвестицій

Узагальнюючий показник ефективності використання ресурсів підприємства (організації) можна розрахувати, користуючись формулою :

$$E_{в.р} = \frac{O_{чп}}{Ч + (\Phi_{ср.р} + \Phi_{оз}) \cdot k_{п.в.п}}, \quad (3)$$

де $E_{в.р}$ – ефективність використання ресурсів, тобто рівень продуктивності суспільної (живої та уречевленої) праці;

$O_{чп}$ – обсяг чистої продукції;

$Ч$ – середньооблікова чисельність персоналу;

$\Phi_{ср.р}$ – середньорічна вартість основних засобів;

$\Phi_{оз}$ – середня величина оборотних засобів;

$k_{п.в.п}$ – коефіцієнт повних витрат праці, що визначається як відношення чисельності працівників до обсягу створеного за цей період національного доходу.

Узагальнюючим показником ефективності використовуваних ресурсів може бути показник витрат на одиницю товарної продукції, що характеризує рівень поточних витрат на виробництво і збут продукції. Як відомо, до собівартості продукції включаються у вигляді оплати праці

(персонал), амортизаційні відрахування (основні засоби та нематеріальні активи) і матеріальних ресурсів (оборотні фонди).

Серед узагальнюючих показників ефективності виробництва (діяльності) можна виділити показник відносного рівня задоволення потреб ринку. Він визначається як відношення очікуваного або фактичного обсягу продажу товарів (надання послуг) суб'єктом господарювання до виявленого попиту споживачів.

До важливих узагальнюючих показників ефективності виробництва (діяльності) належить також частка приросту продукції за рахунок інтенсифікації виробництва. Це пояснюється тим, що при ринкових умовах господарювання вигіднішим економічно та соціально є не екстенсивний (в зв'язку з ростом використання ресурсів), а саме інтенсивне (за рахунок кращого використання наявних ресурсів) розвиток виробництва.

Неухильне зростання соціальної ефективності є кінцевою метою багатоаспектної діяльності підприємств і організацій. Рівень економічної результативності діяльності суб'єктів господарювання виступає матеріально-фінансовою базою для розвитку будь-яких соціальних проблем. Тому кожному підприємству (підприємцю) слід постійно оцінювати соціальну ефективність своєї діяльності. Інтерес в дослідженнях має виділення комплексу соціальних потреб. До соціальних потреб працівників, які може певною мірою задовольнити підприємство (організація) відносяться: збільшення розміру оплати праці понад встановлений державою мінімальний рівень заробітної плати; оплата путівок в лікувально-оздоровчі заклади; дотації установам громадського харчування підприємств (організацій); надання безоплатних позичок на придбання житла, будівництво дачних ділянок; будівництво та утримання власного житлового фонду, баз відпочинку, палаців культури, спорту, поліклінік, дитячих дошкільних установ; забезпечення нормальних (безпечних для здоров'я) умов праці і належної охорони навколишнього середовища; направлення працівників у ВНЗ з виплатою стипендій та оплатою навчання; стажування керівників і фахівців в зарубіжних фірмах.

3 Фактори підвищення ефективності виробництва

Рівень економічної та соціальної ефективності виробництва (діяльності) залежить від багатьох чинників.

Залежно від джерел підвищення ефективності розрізняють наступні фактори росту ефективності:

- зростання продуктивності праці;
- зниження фондомісткості, матеріаломісткості, зарплатомісткості продукції;
- раціональне використання природних ресурсів.

Залежно від напрямків розвитку і вдосконалення діяльності розрізняють наступні фактори росту ефективності:

- науково-технічний прогрес;
- структура виробництва;
- організаційні системи управління;
- форми і методи організації діяльності;
- конкурентоспроможність продукції (послуг);
- планування діяльності;
- мотивація;
- зовнішньоекономічна діяльність.

Залежно від місця реалізації чинників у системі управління діяльністю розрізняють внутрішні і зовнішні чинники підвищення ефективності. До внутрішніх факторів належать:

– «Тверді чинники»: технологія, устаткування, матеріали, енергія, продукція;

– «М'які чинники»: працівники, організація і системи, методи роботи, стиль управління.

До зовнішніх факторів належать:

- державна економічна і соціальна політика;
- інституційні механізми;
- інфраструктура;
- структурні зміни.

Тема 13. Сучасні моделі розвитку підприємств. Бізнес-процеси підприємства. Трансформація і реструктуризація підприємств. Економічна безпека підприємства. Антикризова діяльність підприємства (лекційні заняття – 6 годин)

Лекція 28. Сучасні моделі розвитку підприємств. Бізнес-процеси підприємства

План лекції

1. Сутнісна характеристика, роль і значення розвитку підприємства
2. Теорії розвитку підприємства
3. Методичний інструментарій аналізу процесів розвитку на підприємстві
4. Загальні моделі розвитку сучасних підприємств
5. Процесний підхід до управління підприємством
6. Бізнес-процеси підприємства
7. Регламентація і контроль (моніторинг) бізнес-процесів
8. Організаційне забезпечення оптимізації бізнес-процесів

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник/* за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.: КНЕУ, 2009. 816 с.

1 Сутнісна характеристика, роль і значення розвитку підприємства

У загальнотеоретичному аспекті категорія «розвиток» розкриває характер змін, які відбуваються на підприємстві. Тобто це послідовність переходів соціально-економічної системи з одного стану в інший від моменту її створення до дати її ліквідації (юридичної та фізичної).

Розвиток підприємства є незворотнім процесом, який забезпечує спонтанні або керовані переходи від одного неповторного стану до іншого через процеси змін. Особливість кожного конкретного економічного стану підприємства забезпечується неможливістю повного повторення різноманітності, якості, кількості і сили впливу факторів, які його визначили.

Першоосною розвитку підприємства слід вважати його різноманітні зміни (внутрішнього і зовнішнього характеру), які є результатом взаємодії економічних предметів (об'єктів), їх різних властивостей, рис і параметрів. Соціально-економічні зміни на підприємстві мають об'єктивний характер, тобто не залежать від волі і бажань учасників бізнес-процесів (власників, менеджерів, працівників, інвесторів, кредиторів).

На основі проведеного формально-логічного аналізу категорії «розвиток» і поняття «розвиток підприємства» можна зробити висновок, що джерелом розвитку підприємства є об'єктивно існуюча невизначеність середовища і внутрішні протиріччя економічних систем. Ключовим фактором цього процесу слід вважати суперечливість між обмеженими економічними ресурсами і необмеженістю економічних потреб людини.

Термін «розвиток» вживається тільки в контексті прогресивних змін, що удосконалюють бізнес-процеси підприємства. Не слід забувати і про інші можливі напрямки організаційно-економічного розвитку підприємств – регресивні зміни, які цілком можливі за певних обставин.

Проблема забезпечення організаційно-економічного розвитку підприємства відноситься до сфери стратегічного управління. Практичні результати визначення напрямків і кількісних параметрів розвитку підприємства втілюються в їх стратегіях, деталізуються в тактичних планах і доводяться до виконавців як певні практичні заходи у вигляді вказівок.

Видові прояви процесів розвитку на підприємстві можна класифікувати за рядом ознак:

1) за масштабами змін:

– *загальнокорпоративний розвиток* – сукупність змін, що відбуваються на підприємстві внаслідок загальносистемних процесів; разом з тим характер і інтенсивність змін окремих елементів не визначають розвиток всієї системи;

– *внутрікорпоративний розвиток* – сукупність змін, які відбуваються в соціально-економічній, структурно–функціональній та організаційно-функціональній складових, в тому числі можна виділити: розвиток структурних одиниць; розвиток бізнес-процесів (бізнес-функцій);

2) за якістю змін:

– *прогресивний розвиток* – процеси, що забезпечують підвищення ефективності функціонування виробничо-комерційної системи підприємства, підвищення якості його діяльності; розвиток «від нижчого до вищого»;

– *регресивний розвиток* – процеси, що призводять до погіршення або незмінності ефективності функціонування виробничо-комерційної системи підприємства, зниження (фіксація) якості його діяльності; розвиток «від вищого до нижчого»;

3) в залежності від об'єкта змін:

– *організаційний розвиток* – сукупність змін, які ведуть до вдосконалення (погіршення) системи управління діяльністю підприємства, в тому числі виділяють: структурний розвиток; функціональний розвиток;

– *техніко-технологічний розвиток* – зміни техніко-технологічної системи підприємства, що обумовлюють підвищення (зниження) рівня прогресивності технологічних процесів, рівня технічної ефективності функціонування виробництва;

– *соціальний розвиток* – сукупність змін, що викликають поліпшення (погіршення) соціально-психологічного клімату на підприємстві, а також його перехід на якісно новий рівень;

– *економічний розвиток* – сукупність безперервних змін, які призводять до вдосконалення (погіршення) методів, способів, форм економічних розрахунків і економічної роботи в цілому;

4) в залежності від характеру змін:

– *спрямований розвиток* – сукупність змін, що виникають і впливають на соціально-економічну систему в одному напрямку (однаково);

– *циклічний розвиток* – безперервно повторювана послідовність змін, що характеризуються коливанням ефективності діяльності, розмірами витрат та інших показників підприємства;

– *спіральный розвиток* – безперервно повторювана послідовність змін, що характеризуються не тільки циклічними коливаннями показників (параметрів) діяльності підприємства, а й їх переходом на якісно новий рівень;

5) залежно від типу тренда:

– *лінійний розвиток* – сукупність змін, загальний напрямок яких може бути апроксимований в лінійну функцію;

– *нелінійний розвиток* – сукупність змін, загальний напрямок яких має нелінійний характер;

б) в залежності від динаміки змін:

– *рівномірний розвиток (еволюційний)* – зміни в соціально-економічній системі відбуваються з однаковою швидкістю або з однаковим прискоренням і характеризують: рівноприскорений розвиток; рівноуповільнений розвиток;

– *нерівномірний розвиток (революційний)* – зміни на підприємстві відбуваються зі змінною швидкістю або із змінним прискоренням і обумовлюють: нерівномірно прогресуючий розвиток; стрибкоподібний розвиток;

7) за природою ключового критерію:

– *абсолютний розвиток* – сукупність змін в соціально-економічній системі, які можуть бути виміряні у вартісних, натуральних або умовних одиницях і забезпечують абсолютне зростання або зменшення показників (зв'язків, параметрів);

– *відносний розвиток* – сукупність змін на підприємстві, які можуть бути виміряні відносно зростання чи зменшення інших економічних показників (зв'язків, параметрів);

– *умовний (псевдо-) розвиток*;

8) залежно від рівня невизначеності процесів:

– *прогнозований розвиток* – може бути передбачений керівництвом підприємства з достатньою ймовірністю;

– *несподіваний (випадковий) розвиток* – зміни в соціально-економічній системі, які не можуть бути передбачені керівництвом підприємства з достатньою ймовірністю;

9) в залежності від характеру змін:

– *екстенсивний (кількісний) розвиток* – зміни в соціально-економічній системі, що досягаються за рахунок кількісного збільшення (зниження) обсягів факторів виробництва;

– *інтенсивний (якісний) розвиток* – зміни на підприємстві і в ефективності його функціонування, що досягаються за рахунок якісного покращення (погіршення) способів, методів і технології використання факторів виробництва (підвищення їх якісного рівня);

10) в залежності від можливості управління змінами:

– *керований розвиток* – зміни в соціально-економічній системі, що відбуваються під впливом осмислених дій менеджерів підприємства або спеціально створених зв'язків;

– *спонтанний розвиток* – зміни на підприємстві, які не є результатом осмислених дій його менеджерів, а виникають випадково;

11) в залежності від корпоративної стратегії:

– *адаптований розвиток* – зміни, які мають на меті пристосування характеру функціонування підприємства до сучасних умов діяльності (внутрішнього і зовнішнього характеру);

– *реактивний розвиток* – зміни, що відбуваються в соціально-економічній системі, і обумовлені змінами першого рівня аналізу;

– *випереджаючий розвиток* – зміни на підприємстві, які випереджають зміни другого рівня аналізу;

12) в залежності від характеру змін:

– *локальний розвиток* – зміни, що виникають і відбуваються в рамках одного структурного елемента, бізнес-процесу і не справляють істотного впливу на інші характеристики соціально-економічної системи;

– *інтегральний розвиток* – сукупність змін, що виникають і впливають на кілька структурних елементів, бізнес-процесів;

– *загальносистемний розвиток* – зміни, які виникають, відбуваються і впливають на кілька структурних елементів, бізнес-процесів та справляють істотний вплив на всі характеристики підприємства;

13) в залежності від мети змін:

– *простий розвиток* – зміни, які не забезпечують перехід соціально-економічної системи на якісно новий рівень функціонування;

– *розширений розвиток* – зміни, які забезпечують перехід підприємства на якісно новий рівень функціонування.

Таким чином, **організаційно-економічний розвиток підприємства** – це сукупність змін різної економічної природи, спрямованості, інтенсивності, що об'єктивно відбуваються в соціально-економічних системах під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів, а також ведуть до різних станів підприємства.

Розвиток соціально-економічних систем різних рівнів характеризується наступними основними параметрами, які закладені в основу їх оцінювання і аналізу:

– напрямок розвитку (A) – позитивний чи негативний, прогресивний або регресивний;

– швидкість розвитку (V) – як інтенсивно відбуваються зміни в часі, які результати отримані за певний період;

– об'єкт розвитку (O) – що змінюється і на які складові впливають фактори розвитку;

– причина (фактор) розвитку (P) – що лежить в основі змін, під впливом чого змінюється характер розвитку;

– стан (результат) (R) – які стани підприємства ідентифікуються як відносно стійкі і розцінюються як результати (стадії) розвитку.

У загальному вигляді соціально-економічний розвиток підприємства можна описати такою функцією:

$$F_R^\infty(A; V; O; P; R) \rightarrow opt. \quad (1)$$

Слід зазначити, що ця функція нескінченна на інтервалі $[0; \infty]$. Таке твердження пояснюється неможливістю прийняття нею негативних значень – зміни або відбуваються, або їх нема. Хоча окремі елементи функції розвитку можуть бути негативними.

2 Теорії розвитку підприємства

Концепція «організаційного розвитку» як свій теоретичний базис має праці Л. Маслоу, Ф. Герцберга, Д. Макгрегора, Л. Лайкерта, К. Аджіріса. Розглянемо генезис поняття «розвиток підприємства» (табл. 1).

Таблиця 1 – Генезис поняття «розвиток підприємства»

Автор	Дефініція	Розуміння	Характер змін	Мета змін	Кінцевий стан підприємства
У. Бенніс	це застосування комплексної освітньої стратегії з метою змінити очікування, взаємини (взаємозв'язки), соціальні цінності та організацію в цілому таким чином, щоб вона могла краще адаптуватися до нових технологій, ринків і можливостей, а також відповідно змінювати себе	організаційний розвиток є реакцією на зміни внутрішнього та зовнішнього характеру	еволюційні зміни	навчання на основі досвіду	адаптована до поточної ситуації організації
Р. Бекхард	це планові зусилля, всебічна організація, управління зверху, що мають на меті підвищення ефективності організації та стабільності, її оздоровлення через планове втручання в організаційний процес, використовуючи знання науки про поведінку	організаційний розвиток є запланованим управлінськими рішеннями	планові, еволюційні зміни	планування загально-системної ефективності	організація, що володіє внутрішніми механізмами підтримки певного стану і його розвитку
Г.Лінніт	це вплив на такі людські процеси на підприємстві, які покращують функціонування організаційної системи і таким способом дозволяють їй досягти цілей	організаційний розвиток є цільовим соціально-економічним процесом	ситуаційні зміни цільового характеру	удосконалення соціально-економічних відносин	організація з найбільш ефективними механізмами співпраці персоналу
В. Френч, С. Белл	це довгострокові зусилля на вдосконалення процесів, вирішення проблем і оновлення організації через більш ефективне, більш точне регулювання організаційної культури (з особливою увагою до культури неформальних робочих груп через агента змін або каталізатора), з використанням науки про поведінку	організаційний розвиток є довгостроковим завданням управління персоналом і системою його організації	повільні еволюційні зміни	підвищення ефективності управління персоналом	організація як максимально ефективна система формальних і неформальних зв'язків
Т. Камінге, Х. Уорлей	це широкомасштабне застосування знань біхевіоризму для планування розвитку і закріплення організаційної стратегії, структури і процесів для вдосконалення організаційної ефективності	організаційний розвиток є процесом планування та впровадження	широкомасштабні зміни	вдосконалення планування та впровадження	стабільна високо-ефективна організація, з певними правилами і процедурами функціонування

М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хелоури	це довгострокова програма удосконалення можливостей підприємства вирішувати різні проблеми і здатності до оновлення, особливо через підвищення ефективності управління культурою організації	організаційний розвиток є низкою загально-системних змін	довгострокові зміни (еволюційні чи революційні)	розв'язання проблем та розвиток	стабільна в довгостроковій перспективі організація, здатна до поступового оновленню
Н. Норберт	це всі заплановані, організовані і контрольовані зміни в сфері стратегій, виробничих процесів, структури і культури підприємства	організаційний розвиток є низкою загально-системних змін	цільові зміни	досягнення підприємством цільових орієнтирів	Підприємство, яке володіє ефективними механізмами розвитку
М. Хаммер, Дж. Чампі	це (реінжиніринг) фундаментальне переосмислення і радикальне перепроєктування організації і ключових процесів	організаційний розвиток є перепрекування процесів	революційні зміни	якісний перехід організації на новий рівень	Високо-ефективна організація, здатна до радикальних трансформацій

Термін «еволюційний розвиток» зазвичай використовується в макроекономічних дослідженнях розвитку національних економічних систем або їх регіональних об'єднань. У підручниках з мікроекономіки економічний розвиток визначається як довгостроковий процес, що має на меті зростання доходів (або прибутку) в розрахунку на одиницю витрат ресурсів. Але ці процеси пов'язані з проблемою досягнення інших цілей, наприклад, соціального, екологічного або іншого характеру. Тому в широкому розумінні теорія економічного розвитку охоплює всю проблематику функціонування соціально-економічних систем.

Вивчаючи загальний вигляд функції розвитку, слід зазначити, що історично сформувалися такі концепції розвитку підприємств:

1. *Теорія «спрямованого розвитку підприємства»* – розвиток підприємства трактується як послідовність переходів від одного стану внутрішньої і зовнішньої рівноваги, до іншого аналогічного стану, сформованого поточними обставинами і факторами. Траєкторія розвитку окремого підприємства може бути різного виду, але в цілому вона залежить від його здатності пристосовуватися до змін середовища господарювання і вирішення внутрішніх протиріч. В основу оцінювання та аналізу розвитку підприємства закладена його виробнича функція і бюджетні обмеження.

При цьому базовим критерієм аналізу є технічна ефективність системи – здатність з відповідною якістю перетворювати фактори виробництва в економічні блага. Перехід від одного рівня технічної ефективності в інше вимагає додаткових ресурсів і часу. Загальний розвиток підприємства обмежується досягнутим рівнем розвитку науки і техніки.

2. *Теорія «циклічного розвитку підприємства»*. В основу розвитку лежать праці Н.Д. Кондратьєва та інших вітчизняних і зарубіжних вчених.

Підставою для розвитку цієї теорії стали емпіричні свідчення про періодичне виникнення економічних криз у розвитку соціально-економічних систем різних рівнів. З урахуванням накопичених фактів дослідники прийшли до висновків, що підприємства також розвиваються циклічно від однієї фази кризи до іншої.

В основу цієї теорії покладено критерій економічної ефективності, яка періодично має тенденцію то до зростання, то до зниження під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів. Подальшим розвитком цієї теорії є концепція спірального розвитку підприємств, що характеризується не тільки коливанням ефективності соціально-економічних систем, але й їх переходом на якісно новий рівень.

3. *Концепція «життєвого циклу підприємств».* Відповідно до цієї концепції розвиток підприємства аналізується за критеріями витрат і отриманих результатів від моменту створення соціально-економічної системи до моменту її ліквідації, як організаційно самостійного утворення. Теоретичними засадами цієї теорії є закон спадної віддачі економічних ресурсів і характер розвитку ринків. Кожен з етапів (фаз) розвитку підприємства характеризується різними особливостями: 1) обсягом і структурою витрат; 2) фінансовими результатами; 3) швидкістю зміни витрат і фінансових результатів тощо.

3 Методичний інструментарій аналізу процесів розвитку на підприємстві

Зазвичай в основу дослідження розвитку підприємств закладаються різні методичні критерії:

– *функціональний* – підприємство сегментується на окремі елементні функціональні блоки, які в сукупності забезпечують виготовлення продукції (реалізацію цільової функції), а потім визначається та оцінюється вплив кожного з виділених елементів за результатними, витратними чи порівняльними критеріями на зміни загальносистемної ефективності;

– *процесний* – передбачає структурування діяльності підприємства за окремими технологіями, які, в свою чергу, діляться на елементарні бізнес-операції. На цій основі аналізується ефективність виконання окремих стадій (операцій) виробничо-комерційних процесів із зазначенням тенденцій їх змін і факторів впливу;

– *об'єктивний* – передбачає аналіз підприємства як сукупності матеріально-технічних, організаційно-технологічних та соціально-трудових об'єктів-елементів, а також дослідження зміни кожного з них з загальнокорпоративних позицій;

– *структурний* – базується на дослідженні змін структурно-функціональних залежностей та інформаційних зв'язків між окремими підрозділами та всередині них;

– *результативний* – ефективність організаційно-економічного розвитку визначається на основі дослідження отриманих результатів, факторів, що їх зумовили за певний період;

– *часовий* – ґрунтується на аналізі зміни часових проміжків, необхідних на виконання операцій з виготовлення та реалізації продукції.

Проаналізуємо розроблені методики комплексного оцінювання організаційно-економічного розвитку підприємств, в основу яких покладено результативний критерій (ефективність підприємницької діяльності).

Об'єктом дослідження, як правило, є два види організаційно-економічного розвитку підприємств – інтенсивний та екстенсивний.

Прикладом методик аналізу і оцінювання процесів організаційно-економічного розвитку можна вважати **метод збалансованих оціночних звітів** (Balanced Scorecard або BSC), розроблений в середині 90-х років Р. Капланом і Д. Нортон. Ця методика призначена для аналізу ефективності функціонування підприємств протягом тривалих проміжків часу і використовує високорівневі економічні параметри в поєднанні з традиційними фінансовими показниками, що дає можливість точніше прогнозувати довгостроковий успіх підприємства. Аналогічні коефіцієнти в рамках методики мають назву оціночних індикаторів і сприяють управлінню вартістю бізнесу. Методика BSC визначає чотири перспективи підприємства, які дозволяють більш точно визначити, наскільки ближче підійшла компанія до досягнення своїх цільових орієнтирів, а саме:

1) споживча перспектива (як споживачі оцінюють діяльність підприємства);

2) внутрішня перспектива (як бізнес-процеси можуть забезпечити підприємству конкурентні переваги);

3) фінансова перспектива (як оцінює бізнес власник);

4) навчальна перспектива (як досягти подальшого успіху).

Крім того, методика дає можливість оцінювати такі параметри розвитку підприємства, які безпосередньо не пов'язані з його фінансовими результатами, наприклад, рівень професіоналізму співробітників або гудвіл компанії за оцінкою споживачів.

При виконанні системи оціночних індикаторів повинні виконуватися ряд умов: 1) на підприємстві має функціонувати розвинута система інформаційних зв'язків; 2) організаційна культура і філософія компанії мають бути враховані при створенні системи для конкретного підприємства; 3) система очікуваних індикаторів повинна бути пов'язана зі стратегією підприємства.

Методика BSC включає наступні показники:

1. Фінансова проєкція розвитку підприємства (розвиток з позицій інвесторів):

- темпи зростання обсягів продажу;
- рентабельність капіталу підприємства;
- величина позитивного грошового потоку;
- рентабельність продукції підприємства;
- інші фінансові показники.

2. Маркетингова проєкція розвитку підприємства (розвиток з позицій клієнта):

- поліпшення співвідношення «ціна/ якість»;
- частка нових товарів (послуг) у загальному обсязі продажів;
- частка продажів постійним клієнтам;
- ринкова частка основного постачальника.

3. Внутрішня проєкція розвитку підприємства (розвиток з позицій підприємства):

- чисельність нових клієнтів в цільових сегментах ринку;
- темпи зростання попиту на окремих регіональних сегментах;
- кошти, спрямовані на формування потреб споживачів;
- кількість робочих днів між отриманням замовлення і його виконанням.

4. Проєкція розвитку підприємства (розвиток з позицій гнучкості і перспектив):

- значення індексу періоду «напіврозпаду» вартості підприємства;
- індекс задоволення персоналу роботою;
- кількість пропозицій щодо вдосконалення окремих бізнес-процесів в розрахунку на одного працівника;
- інші показники.

Використання цієї методики передбачає реалізацію наступного алгоритму:

1. Визначення мети і цільових орієнтирів діяльності – чого ми намагаємося досягти?

2. Підбір індикаторів для вимірювання стратегії розвитку підприємства (встановлення пріоритетів) – що важливіше?

3. Ідентифікація індикаторів – що ми повинні вимірювати?

4. Прогнозування результатів – що необхідно виміряти та змінити?

5. Узгодження – кому це треба?

6. Планування наступних заходів – куди необхідно рухатися далі?

Іншим прикладом аналізу розвитку підприємства на основі його ринкової вартості може слугувати технологія Т. Коупленда, Т. Коллера та Дж. Муррина, співробітників консалтингової групи «МакКінсі». Технологія аналізу реалізує процесний підхід до вивчення розвитку підприємства, основним критерієм при цьому є ринкова вартість бізнесу. Причому показник вартості бізнесу приймає різні значення залежно від цільової основи розрахунку – вартість для акціонерів, вартість для інвесторів, вартість для суспільства, вартість для кредиторів.

Для визначення вартості бізнесу використовуються традиційні методики:

1. Модель дисконтованого грошового потоку, генерованого об'єктом оцінювання – вартість підприємства визначається на основі діяльності за вирахуванням суми всіх зобов'язань. Вартість основної діяльності розраховується на основі генерованого нею грошового потоку з урахуванням чинника зведення. Особливо корисною є технологія визначення «продовженої вартості», тобто вартості після завершення прогнозованого періоду, яка фактично відображає ефективність розвитку підприємства. Загальний алгоритм розрахунку має вигляд:

$$\begin{aligned} \text{Вартість підприємства} &= \text{Зведена вартість грошового потоку протягом прогнозного періоду} \\ &+ \text{Зведена вартість грошового потоку після завершення прогнозного періоду} \end{aligned} \quad (2)$$

2. Модель економічного прибутку – вартість підприємства оцінюється на основі суми інвестованого капіталу з урахуванням суми економічного прибутку від його використання. Величина економічного прибутку формується у кожний період функціонування капіталу в господарському обороті і служить вимірником вартості, яку створює компанія за певний період в рамках своєї діяльності:

$$\begin{aligned} \text{Економічний прибуток} &= \text{Інвестиційний капітал} \\ &\cdot (\text{Чиста рентабельність інвестиційного капіталу} - \text{Середньозважені витрати на користування капіталом}) \end{aligned} \quad (3)$$

3. Модель оцінювання опціонів. В рамках цієї концепції для оцінки зростання підприємства пропонується використовувати формулу Міллера-Модільяні, що дозволяє визначити вартість перспектив зростання підприємства:

$$\text{Вартість зростання} = k \cdot n \cdot \left[\frac{R - WACC}{WACC \cdot (1 + WACC)} \right], \quad (4)$$

де k – частка чистого прибутку, інвестована у проекти, яка обумовлює зростання;

n – кількість років, протягом яких компанія інвестує кошти у власне зростання;

R – рентабельність інвестованого капіталу;

$WACC$ – середньозважені витрати на користування капіталом.

4 Загальні моделі розвитку сучасних підприємств

Каталізатором розвитку вважаються внутрішні механізми підприємства, здатні забезпечувати прогресивні зміни всієї соціально-економічної системи. Таке визначення впливає з загальновідомого принципу Паретто «20/80», згідно з яким тільки 20% заходів забезпечують 80% результативної діяльності підприємства, а всі інші є несуттєвими за

критеріями результативності. З цього випливає, що в кожній соціально-економічній системі слід ідентифікувати ключові («критичні») точки, які дозволяють при незначних витратах економічних ресурсів досягти значних результатів. З усієї різноманітності таких «ключових точок» (механізмів, елементарних підсистем) лише деякі можна вважати генераторами розвитку підприємства.

Традиційно основою управління організаційно-економічним розвитком підприємства вважаються методики стратегічного прогнозування, основними з яких є:

1) екстраполяція та інтерполяція – прогнозування та аналіз розвитку підприємства на основі виявлених в минулому тенденцій або встановлених на майбутнє цільових орієнтирів;

2) ресурсний, результативний та цільової методи – дослідження розвитку підприємства на базі наявних або потенційних можливостей (результатів) або формування цих можливостей на цільовій основі. На цій основі створено ряд методик прикладного характеру (SWOT, ABC, STEP, SPACE), які дозволяють з більшою чи меншою ймовірністю оцінювати, аналізувати та управляти розвитком підприємства. Існуючі на сьогодні методики не дозволяють однозначно ідентифікувати «ключові точки» підприємства, а орієнтовані на зовнішнє середовище його господарювання. Така позиція не може вважатися теоретично обґрунтованою, оскільки навіть за наявності зовнішніх шансів нема гарантій їх реалізації підприємством. Тому важливим є внутрішній аналіз, що дозволяє створення універсальних практично придатних технологій управління організаційно-економічним розвитком підприємницьких структур.

Існує методика **управління розвитком підприємства на базі системи функцій–завдань цільового характеру**. У канонічній формі таку функцію можна записати як змінну від двох аргументів:

$$f_{\text{розв}}(V; W) \Rightarrow f_{\text{розв}}(V_s; V_p; W_n), \quad (5)$$

де V – сукупність умов (ендогенних (внутрішніх) та екзогенних (зовнішніх) чинників) розвитку підприємства;

V_s – безліч можливих стійких станів соціально-економічної системи;

V_p – безліч можливих бізнес-процесів (операторів), які забезпечують перехід підприємства з одного відносно стійкого стану до іншого;

W_n – цільовий (бажаний) стан соціально-економічної системи.

На основі такої функції виділяють три головні проблеми управління розвитком підприємства:

1. Нечітко визначена множина можливих стійких станів соціально-економічної системи або окремої її складової (структурної, технічної, соціальної). Основна причина виникнення цієї проблеми полягає в недостатньому рівні вивчення досвіду діяльності підприємства, а також внутрішніх причинно-наслідкових зв'язків. З метою подолання цієї

проблеми рекомендується використовувати нетрадиційні методи діагностики підприємства і його господарської діяльності.

2. Не повністю ідентифіковано безліч бізнес-процесів (операторів), які переводять систему з одного стійкого стану в інший. Наявність цієї проблеми викликано частково попередньою позицією, а частково недостатньою кваліфікацією менеджерів підприємства. Для вирішення проблеми рекомендується залучати спеціалізованих консультантів.

3. Неформалізована сукупність цільових (бажаних) станів підприємства. Основна причина виникнення цієї проблеми закладена в існуванні суб'єктивних економічних інтересів власників, а також в здібностях менеджерів підприємства (їх здатність формалізувати невизначеність проблеми). Вирішення цієї проблеми вимагає отримання консультативної підтримки та удосконалення роботи з основними власниками-інвесторами.

На цій основі формується логічна модель розвитку підприємства, яка має вигляд:

$$\langle W_{to}, Z'_{tk}, Z''_{tk}, S'_{tk}, S''_{tk}, S'''_{tk}, P_{tk}, N_{tk}, U, W_{tk} \rangle, \quad (6)$$

де W_{to}, W_{tk} – відповідно початковий і цільовий (бажаний) стан соціально-економічної системи;

k – індекс опорної точки стратегічного періоду T (при $T=15, k=1,2,3$);

Z'_{tk} – планова (прогнозна) чисельність персоналу підприємства в опорних точках tk ;

Z''_{tk} – обмеження по фінансових та інших видах дефіцитних ресурсів;

S'_{tk} – прогнозні обсяги реалізації продукції (надання послуг);

S''_{tk} – цільові обмеження у вигляді мінімальних рівнів соціальних цілей діяльності підприємства;

S'''_{tk} – цільові обмеження у вигляді мінімально прийнятих темпів зростання ефективності діяльності;

P_{tk} – сукупність розробок щодо техніко-технологічного розвитку підприємства;

N_{tk} – об'єктивно визначені завдання щодо впровадження у виробництво нових виробів, технологій (у tk опорних точках);

U – критерій оцінювання множини можливих станів підприємства та вибору найкращого з них в опорних точках);

Поняття «опорною точки» вживається як синонім вищеописаного терміну «ключова (критична) точка».

Описана модель передбачає можливість заміни одних ресурсів іншими. Межа взаємозамінності ресурсів визначається реально існуючими технологічними обмеженнями. Нижня межа характеризується такою низкою ресурсів, що відповідає найбільш простим технологіям виробництва, а верхня – рядом ресурсів, який відповідає найбільш прогресивним (передовим) технологіям.

З точки зору сучасних позицій стратегічного управління (відповідно до концепції «життєвого циклу») пропонується управляти розвитком підприємства з використанням таких основних стратегій: розвиток товару; розвиток ринку; розвиток підприємства шляхом диверсифікації; розвиток підприємства на базі інтеграції.

Вважається, що розвиток підприємства не може відбуватися стабільно, зазвичай він супроводжується виникненням потрясінь і криз різного роду, подолання яких є основою для подальшого розвитку. Відповідно до цього підходу формується матриця розвитку підприємства (рис.1), згідно з якою визначаються наступні фази розвитку підприємства.

1. Фаза 1 – «Розвиток на основі креативності». Розвиток підприємства на цій фазі забезпечується через створення нових товарів та освоєння нових ринків (сегментів) за таких умов:

- засновники-власники підприємства управляють компанією, нехтуючи будь-якими правилами менеджменту, покладаючись на власні можливості, витрачаючи всю свою енергію на розвиток підприємства;

- взаємини між співробітниками мають неформальний характер, є динамічними, різномірними та досить інтенсивними; реалізуються не тільки на діловій, а й на особистій основі;

- обсяги робіт і тривалість робочого дня для працівників мають ненормований характер (немає компенсаційних виплат);

- контроль за діяльністю підприємства здійснюється на основі суб'єктивних вражень, відчуттів, знань, професійної компетенції виходячи з швидкості реакції ринку;

- практично всі співробітники беруть участь в управлінні компанією.

Розвиток підприємства на основі описаних аспектів породжує певні проблеми, які виліваються у *кризу лідерства*, що характеризується: появою потреби у підприємця нових знань; ускладненням механізмів контролю та документообігу; невисокою ефективністю неформальних методів управління персоналом; підвищенням вимог до економічної безпеки. Подолання кризи лідерства можливо тільки через залучення висококваліфікованого менеджера, що уможливить перехід підприємства в другу фазу розвитку.

2. Фаза 2 – «Розвиток через спрямованість». Для підприємств, які знаходяться на цій фазі розвитку, характерним є такі риси:

- впровадження повноцінного управлінського і фінансового обліку;

- побудова організаційної структури управління підприємством на функціональній основі;

- формалізація процедур прийняття управлінських рішень, впровадження різних правил і методичних вказівок щодо виконання робіт;

- формалізація взаємин між співробітниками, що сприяє створенню чіткої вертикалі влади;

- розподіл відповідальності за ефективність діяльності та напрямки розвитку підприємства між працівниками різних рівнів управління.

Розвиток підприємства на цій основі призводить до *кризи автономії*, суть якої полягає в наступному: зростання масштабів діяльності знижує ефективність праці функціональних керівників; наростає суперечність управлінських рішень і невизначеність виконавців; втрачаються мотиваційні стимули до продуктивної праці; складність погодження управлінських рішень з вищим керівництвом знижує оперативність їх реалізації. Подолання цієї кризи розвитку відбувається, як правило, через делегування повноважень на нижчі рівні управління.

3. Фаза 3 – «Розвиток на основі делегування». Розвиток підприємства на цій фазі супроводжується такими змінами:

- керівники нижчих рівнів управління отримують значні повноваження і відповідальність;
- впроваджується і широко використовується система преміювання за результатами діяльності;
- менеджери вищих рівнів керують за відхиленнями, періодично отримуючи стандартизовану звітність від своїх підлеглих;
- власники майже повністю усуваються від управління підприємством.

Результатом розвитку підприємства на цій стадії є *криза контролю*, який полягає в тому, що: керівники втрачають контроль за діяльністю підрозділів; керівники нижчих рівнів управляють своїми підлеглими, не координуючи діяльність з іншими менеджерами; кожен структурний підрозділ починає працювати, виходячи з власних цільових орієнтирів; розвивається внутрішня конкуренція між підрозділами. Подолання кризи контролю можна тільки на основі створення нових внутрішніх механізмів координації і контролю за діяльністю підприємства.

4. Фаза 4 – «Розвиток через координацію». Діяльність підприємства, що знаходиться на цій фазі, характеризується такими рисами:

- реорганізація діяльності з метою концентрації управлінських функцій;
- встановлення єдиних стандартів звітності, планування та управління;
- створення спеціалізованих підрозділів, основною метою яких є контроль за функціонуванням організації;
- ряд загальних функцій централізується;
- для підвищення мотивації персоналу використовуються методи участі в капіталі підприємства.

В результаті розвитку на цій основі є *криза взаєморозуміння*, який зводиться до таких процесів: виникнення протиріч між менеджерами різних рівнів; формальні управлінські дії починають домінувати над вирішенням конкретних проблем; створена бюрократична система починає функціонувати незалежно від змін зовнішнього середовища. Подолання цієї кризи відбувається шляхом розвитку методів внутрішнього співробітництва та зовнішньої кооперації.

5. Фаза 5 – «Розвиток через співробітництво». Підприємство в цій фазі розвивається завдяки таким змінам:

- активно використовуються матричні методи побудови організаційних структур;
- поглиблюється співпраця між працівниками різних функціональних сфер та ієрархічних рівнів управління;
- скорочується чисельність менеджерів вищого рівня з одночасним зростанням чисельності керівників середньої і нижчої ланки;
- система мотивації спрямована на підтримку групової роботи, ініціативності та новаторства.

Через це виникає наступна криза, яка є основою для подальшого розвитку підприємства.

За методикою управління вартістю підприємства, розробленої в компанії МакКінсі, визначаються три горизонти його розвитку.

Горизонт 1 – «Розвиток основних напрямків діяльності, що генерують основну частку прибутку». Підприємства, які знаходяться на цьому етапі, мають достатній потенціал розвитку, однак функція прибутковості (результативності або ефективності) їх діяльності вирівнюється і перетворюється в горизонтальну лінію, навіть в разі високоефективного управління бізнесом.

Горизонт 2 – «Створення нових напрямків бізнесу». Підприємства цього «горизонту» розвитку основні зусилля і ресурси в найближчій перспективі направляють на створення і ефективну реалізацію нових альтернатив розвитку високо прибуткового бізнесу, але, швидше за все, стануть стабільно прибутковими тільки в середньостроковій перспективі.

Горизонт 3 – «Формування реальних перспектив майбутнього розвитку». Підприємства цього «горизонту» розвитку знову входять в сферу створення нового бізнесу, але основний акцент при цьому робиться на забезпечення досягнення потенційних можливостей. Проте тільки окремі підприємства цього «горизонту» будуть успішними (ефективно функціонуючими) в довгостроковій перспективі, а більшість з них зазвичай «сповзає» на один з попередніх «горизонтів розвитку».

Кожен із зазначених горизонтів дає віддачу протягом різного часу. На думку фахівців компанії МакКінсі небезпечно обмежувати зусилля менеджерів тільки одним горизонтом. Мета управління підприємством із застосуванням концепції «горизонтів розвитку» полягає в забезпеченні збалансованого розвитку підприємства на всіх трьох горизонтах, не залежно від рівня їх «зрілості».

Рівень нестабільності горизонтів розвитку підприємства фахівці МакКінсі пропонують оцінювати за відповідними категоріями.

Горизонт 1 оцінюється наступними показниками:

- достатність прибутку, отриманого від основних напрямків діяльності підприємства для забезпечення розвитку;
- тенденція зміни прибутковості діяльності підприємства та цільова орієнтація на її зростання;

- конкурентоспроможність підприємства за критерієм витрат;
- рівень стійкості показників оперативної ефективності;
- ринкова частка підприємства і рівень її стабільності;
- захищеність компанії від господарських ризиків (появи нових конкурентів, зміни законодавства, науково-технічного прогресу).

Горизонт 2 оцінюється наступними показниками:

- доступність нових напрямків діяльності, які за рівнем прибутковості (дохідності) можна порівняти з основними напрямками;
- тенденція розвитку нових (цільових) сфер бізнесу;
- частка інвестицій в розвиток нових напрямків бізнесу в їх загальному обсязі;
- оцінка фондовим ринком досягнутих результатів підприємства (рівень «довіри» інвесторів);
- кількість нових конкурентів, що і з'являються чи аналогічно орієнтовані на цільові для підприємства сфери бізнесу.

Горизонт 3 оцінюється наступними показниками:

- кількість фінансових ресурсів, що направляються на розробку та осмислення можливих сценаріїв розвитку підприємства;
- розмір портфеля реальних опціонів підприємства задля удосконалення освоєних і розвитку нових напрямків діяльності;
- перелік ключових цільових пріоритетів бізнес-процесів підприємства;
- ефективність реалізації нових напрямків діяльності;
- рівень формалізації нових напрямків діяльності підприємства.

5 Процесний підхід до управління підприємством

Історично першим сформувався функціональний підхід до організації управління. Він приносив очікувані результати в умовах індустріального суспільства, яке ґрунтувалося на масовому виробництві. Однак в умовах становлення інформаційного суспільства він перестав забезпечувати ефективність функціонування організації через такі притаманні йому характеристики: відсутність стимулів у окремих частинах організації для досягнення загальнокорпоративних цілей; значне спотворення інформації під час її передачі в рамках організації; постійні конфлікти між окремими підрозділами; занадто вузька спеціалізація окремих працівників.

З цієї точки зору процесно-орієнтований підхід створює основу для якісного розвитку бізнесу і є одним з перспективних на сьогодні напрямків забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Це не тільки спосіб опису діяльності підприємства, а й вискоефективний інструмент управління.

Процесний підхід до управління ґрунтується на таких базових парадигмах:

- 1) тотальне управління якістю (TQM);
- 2) управління процесом шляхом його поділу на елементи (субпроцеси, операції, процедури);
- 3) управління за результатами, тобто визначення на кожному рівні корпоративної ієрархії цільових показників, за якими оцінюється ефективність окремих бізнес-процесів і діяльності підприємства у цілому.

Цілями впровадження процесного управління можуть бути:

- усунення наявних проблем або мінімізація їх впливу на результати діяльності підприємства;
- уніфікація і стандартизація подібних процесів в різних підрозділах підприємства;
- поліпшення корпоративної культури, системи цінностей, розвиток командного духу;
- створення оптимального середовища для впровадження облікового і аналітичного програмного забезпечення;
- усунення дублювання функцій в підрозділах.

На відміну від функціонального підходу (табл. 1), за допомогою якого здійснюється управління багатьма часто безпосередньо не пов'язаними функціями одного центру витрат, задіяних в різних типах бізнес-процесів, за процесного підходу функції різних центрів витрат досліджуються з позиції їх загального використання в бізнес-процесах.

Таблиця 2 – Порівняльна характеристика процесного й функціонального підходів до управління

Функціональний підхід до управління	Процесний підхід до управління
<ul style="list-style-type: none"> – функціональна ієрархія спотворює і сповільнює розвиток бізнесу; – орієнтація керівників на збільшення чисельності персоналу та ускладнення організаційної структури; – вузька спеціалізація окремих співробітників і підрозділів; – слабе делегування повноважень і відповідальності, ускладнення системи узгоджень; – зниження ефективності орієнтації діяльності підрозділів на кінцевий результат 	<ul style="list-style-type: none"> – скорочення залежності процесів від функціональної ієрархії; – орієнтація керівників на способи досягнення результату в рамках бізнесу, а не на управління ієрархією; – максимальне використання кваліфікації співробітників; – делегування повноважень і відповідальності в рамках процесу; – орієнтація співробітників і підрозділів на кінцевий результат; – усунення проблем на «стиках» між підрозділами

В основі ефективності застосування процесного підходу лежить виділення бізнес-процесів (БП), від яких залежить організація планування та координація робіт всередині ланцюжка створення доданої вартості, розподіл матеріальних і фінансових ресурсів, врешті-решт досягнення стратегічних цілей підприємства.

Однак процесний підхід не є протилежністю функціонального. При ньому зберігається поділ внутрішнього середовища компанії на функціональні сфери, кожна з яких може розглядатися як укрупнений бізнес-процес. Тому процесний підхід є наслідком еволюційного розвитку функціонального підходу.

Етапи впровадження процесного управління:

етап 1 – підготовчий (коригування та синхронізація цілей, деталізація планів, термінів, контрольних точок, створення команди, ідентифікація найбільш проблемних ділянок процесів підприємства);

етап 2 – моделювання БП і оргструктури «як є»;

етап 3 – моделювання БП і оргструктури «як повинно бути»;

етап 4 – підготовка до впровадження;

етап 4 – впровадження.

Під час визначення пріоритетності процесів, які підлягають оптимізації та/ або реінжинірингу, слід керуватися головним правилом теорії обмежень системи: «Покращення, які не поширюються на найпроблемнішу ділянку системи («взьоме місце»), не приведуть до відчутного підвищення її ефективності в цілому і не виправдають докладених на зміни зусиль (правило «пляшкової шийки»).

Після впровадження процесного принципу управління підприємство набуває таких позитивних якостей, як визначеність («прозорість»), керованість і чутливість. Це створює умови для подальшого нарощування нових якісних показників. Коли загальна система бізнесу оптимізована і визначена, легше перейти до **системи збалансованих показників**. Цей механізм уможливує досягнення дуже важливого показника для успіху – прогнозованості бізнесу, що дає змогу ефективно коригувати курс розвитку компанії і реагувати на найменші зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємства.

Цей метод базується на кількісній оцінці показників (індикаторів) бізнес-процесів з прив'язкою їх до стратегічних цілей компанії, організованих у вигляді ієрархічної структури. Крім того, кожна ціль ідентифікується за категоріями фінанси, ринок, бізнес-процеси, розвиток, персонал. У великих компаніях кожен підрозділ повинен мати свою карту цілей підрозділу, пов'язану зі стратегічною картою цілей компанії. У такий спосіб можна відстежити ефективність і вплив кожного бізнес-процесу на загальні цілі компанії, що дозволяє досягти загальної спрямованості зусиль підрозділів і персоналу, бачити цілісну і всебічну картину цілей бізнесу, а також своєчасно реагувати на відхилення в показниках процесів.

У рамках концепції процесного управління виділяють **два основних способи** розвитку підприємства – революційний і еволюційний:

1) реінжиніринг бізнес-процесів. Цей підхід передбачає радикальне переосмислення бізнес-процесів підприємства і відмову від прийнятих принципів і методів роботи підприємства. Вважається, що такий підхід найкраще виправдовує себе у стані глибокої кризи підприємства, і/ чи якому необхідний «прорив»;

2) оптимізація бізнес-процесів. У цьому випадку застосовується лояльний підхід. Спочатку проводиться аналіз підприємства «як є». Описуються поточні процеси. Потім формується оптимізована бізнес-модель підприємства «як повинно бути» і здійснюється перехід шляхом локальних змін.

Застосування різних методів процесного підходу визначається їх доцільністю і ефективністю з позицій досягнення цілей підприємства, економії використовуваних ресурсів, адаптованості до змін потреби клієнтів і поведінки конкурентного середовища. Основними методами процесного управління є (табл. 2):

MRR – планування ресурсів виробництва;

TQM – тотальне управління якістю;

BPR – реінжиніринг бізнес-процесів;

KM (Knowledge Management) – управління знаннями.

Таблиця 2 – Порівняння методів процесного управління підприємством

Показник порівняння	MRR – планування ресурсів виробництва	TQM – тотальне управління якістю	BPR – реінжиніринг бізнес-процесів	KM – управління знаннями
Мета	синхронізація процесів на основі наскрізних планів	синхронізація процесів на основі введення стандартів	оптимізація процесів на основі організаційних змін	адаптація процесів на основі формування релевантних знань
Характеристика процесів	основні операційні процеси	основні і допоміжні процеси	основні і допоміжні процеси	Інноваційні процеси
Перевага	прогнозування розвитку видів діяльності і обґрунтування ресурсів на довгострокову перспективу	орієнтація на реалізацію вимог клієнтів	орієнтація на системні зміни	прискорення пошуку рішень щодо організаційних змін і інновацій
Недолік	резервування ресурсів на випадок відхилення у виконанні плану	покращення діяльності по окремих процесах без системного узгодження	великі витрати на розроблення і впровадження проєкту реінжинірингу	великі витрати на підтримку джерел знань

6 Бізнес-процеси підприємства

В основі процесного підходу до управління організацією лежить виділення бізнес-процесів і управління ними. Ідентифікація (виділення) бізнес-процесів передбачає формування переліку функцій (операцій) бізнес-процесів, визначення їх меж, організаційної відповідальності за виконання функцій, взаємодія бізнес-процесів між собою.

Атрибути бізнес-процесу:

– *власник БП* – особа, яка відповідає за організацію та результати процесу, може змінювати її структуру;

– *потік БП*, що визначає вхід (вхідні об'єкти) і вихід (результати) процесу;

– *вхід БП* – продукт, який у ході виконання процесу перетворюється на вихід;

– *вихід БП (продукт)* – матеріальний чи інформаційний об'єкт або послуга, що є результатом виконання процесу і споживається зовнішніми щодо процесу клієнтами;

– *ресурс БП* – матеріальний або інформаційний об'єкт, що постійно використовується для здійснення процесу, але не є входом процесу (інформація, персонал, обладнання, програмне забезпечення, інфраструктура, транспорт тощо);

– *зовнішнє середовище процесу*: постачальники вхідних ресурсів і клієнти, які споживають результат виконання процесу. Постачальники і споживачі можуть бути як внутрішні, так і зовнішні;

– *інтерфейс БП* – ряд об'єктів, за допомогою яких бізнес-процес взаємодіє з іншими процесами.

Ресурси процесу:

– перебувають під управлінням власника процесу;

– їх обсяг планується на велику кількість циклів чи довгостроковий період виконання процесу.

Вхід процесу:

– ресурси, що надходять у процес ззовні;

– їх обсяг планується на один чи кілька циклів здійснення процесу, чи випуск певного обсягу продукції.

Персонал з точки зору основних процесів є ресурсом, які поставляє кадрова служба. З точки зору кадрової служби персонал – це продукт, який надходить на вхід у вигляді ненавчених кандидатів на отримання вакансій, а на виході процесу підбору і навчання кадрів підготовлені спеціалісти передаються керівникові підприємства.

Управління бізнес-процесом здійснює власник процесу. Всі ресурси знаходяться в його розпорядженні. Для того, щоб управляти процесом, власник повинен отримати інформацію про хід процесу і інформацію від споживачів (клієнтів) процесу. Тому однією зі складових процесного

управління є система надходження інформації до власника БП. Відповідно вищому керівництву повинна надходити звітність про виконання процесу.

Процес не може здійснюватися окремо від організації. Для виконання робіт вище керівництво повинно визначати цілі процесу, ставити їх перед виконавцем БП і стверджувати планові показники результативності та ефективності процесу. Власник процесу, в свою чергу, повинен приймати управлінські рішення на основі інформації та розроблених планів.

Правильність визначення атрибутів БП пов'язана з необхідністю ідентифікації зон відповідальності і точок координації для ефективного управління.

Процес передбачає, що вхід перетворюється на вихід із застосуванням необхідних ресурсів та за правилами, які визначаються технологією (механізмами) його здійснення (рис. 1).

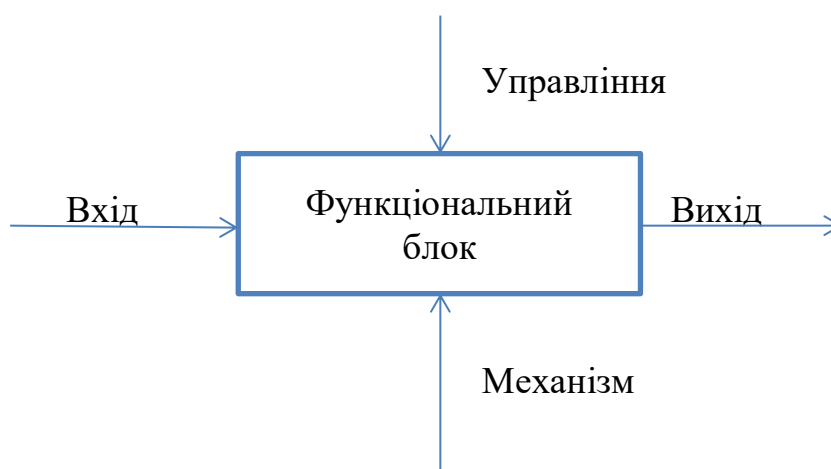


Рисунок 1 – Схематичне зображення бізнес-процесу підприємства [5]

Характеристика бізнес-процесів:

– складність і широта. Бізнес-процеси включають наскрізні потоки матеріалів, інформації та бізнес-зобов'язань;

– динамічність – здатність реагувати на запити клієнтів і змінні умови ринку;

– тривалість (час виконання) – такий процес, наприклад, як розробка товару, може тривати кілька місяців;

– автоматизація – рутинна діяльність повинна, в міру можливості, виконуватись за допомогою комп'ютерів для підвищення швидкості та надійності процесу.

Сукупність бізнес-процесів компанії у їх взаємозв'язку та взаємодії утворює **мережу бізнес-процесів**.

Класифікація бізнес-процесів:

1. У залежності від прив'язки до певних функціональних підрозділів:

– *міжфункціональні* – наскрізні бізнес-процеси (проходять через кілька підрозділів або всю організацію, перетинають кордони функціональних підрозділів);

– *внутрішньофункціональні* – бізнес-процеси (підпроцеси), які обмежені рамками одного функціонального підрозділу;

– *операції (функції)*, тобто складові бізнес-процесів, які виконуються однією людиною.

2. За функціональним призначенням:

– *основні бізнес-процеси* (процеси основної діяльності);

– *допоміжні*;

– *процеси управління організацією*.

3. Відносно об'єкта управління:

– *внутрішні бізнес-процеси* (виробництво продукції);

– *бізнес-процеси між організаціями* (business to business).

Найлегше ідентифікувати виробничі процеси або процеси, які передбачають тільки фізичне переміщення певних матеріальних об'єктів. Найбільш важко піддаються оптимізації адміністративні бізнес-процеси, оскільки їх входи та виходи інформаційні.

7 Регламентация та контроль (моніторинг) бізнес–процесів

Опис бізнес-процесів є першим етапом стандартизації. Він передбачає отримання базової інформації про систему бізнес-процесів на рівні моделі «як є». Після цього бізнес-процеси підлягають стандартизації, тобто розробляється окремий регламент виконання кожного бізнес-процесу. Останнім етапом в управлінні бізнес-процесом є моніторинг, після завершення якого компанія отримує звіт про стан бізнес-процесів з рекомендаціями щодо їх удосконалення.

Підходи до опису бізнес–процесів:

– *деталізація «зверху вниз»* – схема класифікації процесів, де кожний етап схеми для основних, допоміжних і керуючих процесів має кілька рівнів деталізації, аж до рівня робочих операцій, що сприяє більш точному визначенню епіцентру виникнення проблеми;

– *деталізація «знизу вгору»* – методологія функціонального моделювання, за якою бізнес-процес розглядається як сукупність виконуваних операцій (функцій) на певних його етапах. Графічна модель БП відображає (і дає можливість досягти) його структуру та функціональне наповнення, а також вхідні і вихідні потоки інформації і матеріальних ресурсів, які пов'язують процеси всередині організації.

Опис бізнес-процесів може здійснюватися в різних **формах**:

– *текстова форма*, коли визначається перелік завдань, які виконуються окремими підрозділами та конкретними співробітниками;

– *таблична форма*, яка містить перелік власників і споживачем, постачальників бізнес-процесів, а також структуру інформаційного обміну;

– *графічна форма*, за якою бізнес-процеси мають вигляд блок-схем, придатних для виконання як основа впровадження комп'ютерних інформаційних систем.

Опис БП включає:

- визначення атрибутів БП;
- визначення взаємодії БП з іншими процесами;
- вимоги до даних і матеріальних об'єктів входу і виходу БП;
- умови або події, необхідні для ініціації БП;
- алгоритм виконання процесу;
- відповідальність і повноваження власника і виконавця БП;
- опис споживаних ресурсів;
- вимоги до засобів автоматизації процесу;
- ряд показників (індикаторів) процесу (ефективність, показники якості БП).

Бізнес-процеси компанії можуть бути декомпоновані за ієрархічними рівнями управління:

- 1) рівень підприємства в цілому – власниками бізнес-процесів є, наприклад, заступники керівника;
- 2) рівень департаментів, які об'єднують кілька дрібних організаційних одиниць;
- 3) рівень відділів – детальний опис функцій відділів;
- 4) рівень робочих місць;
- 5) рівень операцій (посадові та робочі інструкції).

Регламентация бізнес-процесів передбачає формування регламенту бізнес-процесу. Цей документ має таку структуру: 1) титульний лист і лист погодження, на якому розташовуються візи всіх учасників бізнес-процесу; 2) загальний опис бізнес-процесів (2–3 абзаци); 3) використані нормативні документи; 4) перелік термінів; 5) опис бізнес-процесу (власник бізнес-процесу, споживачі і виходи, постачальники і входи, ресурси, технологія виконання бізнес-процесу); матриця відповідальності (розподіл операцій між відповідальним, учасником і одержувачем інформації); перелік показників бізнес-процесу за трьома групами (показники самого процесу, продукту та задоволення клієнтів, регламент аналізу і звітність власника); 6) документування і архівація документів бізнес-процесу (місце і термін зберігання регламенту бізнес-процесу на протязі періоду його дії і після скасування документа); 7) порядок внесення змін до регламенту (періодичність перегляду документа, особа, відповідальна за перегляд); 8) лист реєстрації змін; 9) додатки.

Контроль бізнес-процесів —це перевірка мережі БП на відповідність цільових значень показників ефективності. Контроль може проводитися в **двох формах**:

– разовий проєкт, який реалізується або перед впровадженням засобів автоматизації управління, або як етап масштабного проєкту з модернізації системи управління;

– контроль бізнес-процесу як елемент системи безперервного вдосконалення.

У цьому форматі необхідно враховувати витрати часу на виконання відповідного бізнес-процесу.

Основними методами і засобами аналізу бізнес-процесів організації є:

– ABC (Activity Based Costing) – функціонально-вартісний аналіз - метод визначення вартості та інших показників виробів і послуг на основі функцій і ресурсів, задіяних в бізнес-процесах;

– ABM (Activity Based Management) – управління на основі ABC-інформації, або операційне управління – методологія, що описує засоби і способи управління організацією для вдосконалення бізнес-процесів і підвищення прибутковості на основі інформації, наданої в результаті ABC-аналізу;

– ARP (Activity Resource Planning) – метод планування ресурсів компанії на основі аналізу функцій, задіяних в бізнес-процесах;

– BPR (Business Process Reengineering) – напрям діяльності, що включає «фундаментальне» переосмислення і радикальне перепланування критичних бізнес-процесів з метою підвищення їх ефективності за критеріями витрат, якості виконання і швидкості;

– CPI (Continuous Process Improvement) – безперервне вдосконалення процесів як один з підходів до удосконалення якості БП в рамках TQM;

– CPN (Color Petri Nets) – розфарбовані мережі Петрі – методологія створення динамічної моделі бізнес-процесу, що дозволяє аналізувати залежні від часу характеристики виконання процесу і розподіл ресурсів для вхідних потоків різної структури;

– DFD (Data Flow Diagrams) – методологія структурного аналізу, що описує зовнішні щодо системи джерела і адресати даних, логічні функції, потоки даних і сховища даних, до яких здійснюється доступ;

– SADT (Structured Analysis and Design Technique) – технологія структурного аналізу і проєктування;

– IDEFO – методологія функціонального моделювання, яка є складовою частиною SADT, що дозволяє описати бізнес-процес у вигляді ієрархічної системи взаємопов'язаних функцій;

– IDEFIX – методологія інформаційного моделювання, яка ґрунтується на концепції «сутність - зв'язок»;

– TQM (Total Quality Management) – напрям діяльності, що вивчає бізнес-процеси з метою такої її організації, яка гарантує доскональну якість продукту.

Сфери застосування різних методологій моделювання і аналізу бізнес-процесів представлені в табл. 3.

Таблиця 3 – Сфери застосування різних методологій з моделювання та аналізу бізнес-процесів

Вид аналізу	Сфера застосування	Методології
Функціонально вартісний аналіз	– розрахунок реальної вартості товарів і послуг; – визначення центрів витрат; – аналіз витратних факторів і показників продуктивності бізнес-процесів	ABC ABM ARP
Аналіз організації бізнесу	– визначення цілей, їх ієрархій, принципів ведення бізнесу; – оцінювання ефективності реалізації бізнес-процесів; – специфікація вимог до підсистеми інформаційної підтримки	BPR TQM SADT CPI
Функціональне моделювання	– опис бізнес-процесів у вигляді системи взаємопов'язаних функцій	IDEFO DFD
Інформаційне моделювання	– опис інформаційної структури об'єктів, атрибутів, ключів; – ідентифікація відносин між об'єктами	IDEFIX BPR
Імітаційне моделювання	– моделювання поведінки системи в різних умовах; – аналіз динамічних характеристик бізнес-процесів; – аналіз розподілу ресурсів	CPN SADT

Для моніторингу стану корпоративної мережі бізнес-процесів необхідна інформаційна інфраструктура, тобто ІТ рішення, програмне та апаратне забезпечення. Широко використовуються Case-технології моделювання бізнес-процесів.

8 Організаційне забезпечення оптимізації бізнес-процесів

Оптимізація бізнес-процесів поширюється на всі аспекти бізнесу – матеріально-технічне забезпечення, виробництво, реалізацію та адміністрування. Концепція оптимізації бізнес-процесів базується на принципі – «всі види бізнес-діяльності підприємства повинні створювати додану вартість і об'єднуватись за процесним підходом, а не за функціональним. Мета оптимізації бізнес-процесів – сформулювати міцні зв'язки між бізнес-стратегією і операційною ефективністю, створювати умови для ефективного функціонування роботи компанії з чітким фокусуванням на задоволення потреб споживача.

Загальними причинами здійснення заходів щодо оптимізації бізнес-процесів, як правило, є усунення браку, зменшення витрат на здійснення процесів і операцій з одночасним поліпшенням якості продукції та ступеня задоволеності споживачів, збільшення частки ринку, поліпшення іміджу, зниження витрат, збільшення обсягів реалізації, підвищення прибутковості і конкурентоспроможності підприємства.

Описуючи всю мережу БП, основну увагу слід приділяти організації робіт. Це дозволяє досягти оптимальності всієї мережі, а не тільки локальних оптимумів.

Підготовчий етап проєкту оптимізації бізнес-процесів включає наступні заходи:

- 1) установча нарада з керівництвом;
- 2) створення робочих груп і розподіл обов'язків;
- 3) затвердження документів, що регламентують діяльність робочих груп;
- 4) навчання робочих груп, придбання програмного та апаратного забезпечення.

Організація робіт починається з визначення замовника робіт. Замовник визначає прогнозних власників БП на базі наявної нормативної документації. Склад робочої групи формується з учасників відповідний БП (кількість людей на один процес – 3–6 осіб). Керівника проєкту опису БП призначають з власників БП або зовнішніх консультантів. Формуються графіки роботи членів робочих груп, які повинні враховувати як виконавців робочих функцій, так і роботу над проєктом.

Структура управління проєктом:

- керівники проєкту: від підприємства і від консалтингової фірми;
- куратори проєкту: від підприємства (рівень генерального директора і керівника напряму);
- керівники робочих груп (по кожному бізнес-процесу);
- керуючий комітет.

Ролі співробітників в проєкті:

- 1) *аналітик* – експерт з моделювання БП, розробник моделей БП підприємства в рамках проєкту;
- 2) *замовник* – керівник, який поставив завдання провести реорганізацію БП;
- 3) *внутрішній експерт* – фахівець підприємства, який забезпечує інформацією, необхідною для моделювання БП;
- 4) *координатор проєкту* (забезпечує взаємодію (посередництво) між аналітиком і внутрішнім експертом);
- 5) *керівник проєкту* (повністю відповідальний за повноту і коректність опису БП за допомогою моделей бізнес-процесів);
- 6) *рецензент* – експерт в предметній сфері, відповідальний за аналіз (перевірка адекватності) переданих на розгляд моделей БП з точки зору відповідності реальній картині бізнесу;

7) *відповідальний за формування архіву* – відповідає за збір, обробку та збереження документації з проєкту, що використовується при рецензуванні (наприклад, архівування підшивок бізнес-моделей);

8) *учасник робочої групи*.

Склад робіт з опису мережі БП наступний:

– прийняття рішення про опис та регламентацію БП, складання графіка реалізації проєкту;

– планування робіт – на цьому етапі спочатку проводиться попередня нарада, на якій члени робочої групи погоджують цілі своєї діяльності, випробують механізм комунікації. Після цього проводиться збір і аналіз документації, які стосуються кожного з бізнес-процесів. Особлива увага приділяється управлінській звітності. Результатом цього етапу є виділення БП, які є об'єктом опису:

– вибір власника БП (затвердження прогнозного власника або призначення нового);

– визначення споживачів та виходів усіх ідентифікованих БП. На цьому етапі формується специфікація виходів;

– визначення постачальників і входів, формування специфікації входів;

– визначення ресурсів;

– визначення операцій;

– формування графічних схем – вибирається методологія опису БП різних типів. Формується графічна схема БП за моделлю «як є». Сформована модель перевіряється на коректність і затверджується робочою групою;

– визначення показників БП. Окремо виділяються показники, призначені для використання в поточній діяльності і для формування звітності;

– документування БП – складається пакет документів для кожного БП, у разі необхідності вносяться зміни до нормативних документів підприємства. До положень про структурні підрозділи вносяться зміни, тобто зазначається, до яких бізнес-процесів ці підрозділи залучені. Аналогічно коригуються посадові інструкції, які доповнюються інформацією за характером участі співробітників в різних бізнес-процесах.

Контроль проміжних результатів передбачає:

– презентацію результатів керівнику підприємства (в кінці кожного етапу);

– наради в процесі виконання проєкту (щотижня);

– звіт про виконання проєкту (кінець проєкту) – створюється документ;

– звіт про проблеми (кінець етапу «як є») – оформляється документ;

– звіт про хід виконання проєкту (щомісяця).

Інформування співробітників може відбуватися в таких формах: обговорення на нарадах, статті в корпоративній пресі; проведення семінарів; регулярні звіти.

Максимального ефекту від застосування оптимізації бізнес-процесів можна досягти за умови проведення змін двох складових: «жорстких» елементів бізнес-процесів (інструменти, техніка, ІТ) і «м'яких» (культура, робота в команді, поведінка). Тому ця методологія включає інструментарій та системи для збалансованого оцінювання ключових аспектів ефективності організації, що зумовлюють її успішність, у тому числі фінансові, технічні, управлінські та культурні фактори.

Поєднуючи бізнес-стратегію й операційну ефективність, можна бути впевненим, що всі процеси в ланцюзі вартості оптимізовані. Процеси повинні відповідати таким характеристикам: прості в управлінні, обмежені за кількістю, по можливості стандартизовані і автоматизовані. Інтегрований підхід до оптимізації бізнес-процесів дає переваги підприємству в тому сенсі, що тільки один скопійований конкурентами аспект бізнес-діяльності не забезпечить їм такі ж конкурентні переваги.

Поліпшення бізнес-процесів веде в цілому до зниження витрат; тривалості циклу і рівня помилок. Оптимізація виробничих бізнес-процесів стосується процесів, пов'язаних з виробництвом товарів і надання послуг. Поліпшення адміністративних бізнес-процесів направлено на удосконалення всіх допоміжних процесів (розробка нового продукту, обробка замовлень, розрахунки з кредиторами).

Концепція і методи поліпшення окремих бізнес-процесів направлено на здійснення швидкої і «проривний» раціоналізації в рамках одиничного бізнес-процесу. Робота з удосконалення системи бізнес-процесів починається з концентрації уваги на визначенні, розумінні і підвищенні ефективності напрямків, що застосовуються в рамках основних процесів.

Концепція удосконалення бізнес-процесів базується на таких основних підходах:

1. Експрес-методика швидкого аналізу рішень (підхід, який концентрує увагу групи на певному процесі в перебігу одно-, дводенних нарад («мозкового штурму») для визначення способів поліпшення цього процесу протягом наступних 90 днів. Об'єктом застосування стають, як правило, бізнес-процеси особливої важливості. Цей підхід дозволяє знизити рівень фінансових витрат, витрат часу і помилок на 5–15% протягом трьох місяців.

2. Бенчмаркетинг процесу – постійний процес визначення й оцінювання продуктів, послуг і досвіду виробництва своїх найсерйозніших конкурентів або компаній, що є визнаними лідерами в цій сфері. Підхід передбачає порівняння схожих бізнес-процесів з тими, які реалізуються в компаніях з подібними бізнес-моделями. Результатом бенчмаркетингового дослідження є майбутнє рішення, тобто об'єднання коригуючих впливів на зміни, які можуть бути використані до певного бізнес-процесу з метою збільшення його цінності для акціонерів (власників підприємства). Бенчмаркетинг триває від 4 до 6 місяців і є, як правило, більш ефективним, ніж експрес-методика, але цей метод може бути застосований максимум до 50% бізнес-процесів компанії.

3. Перепроектування процесу (концентроване поліпшення). Відмінність цього підходу полягає в тому, що розробці заходів передують створення імітаційної моделі процесу «як є». Після цього вживають коригуючих заходів, які сприяють підвищенню ефективності процесу, тобто усувається дублювання функцій, скорочується тривалість циклу, зменшується кількість помилок, процес автоматизується, зростає додана вартість. Перепроектування процесу може підвищувати його ефективність на 30 – 60% протягом трьох місяців. Цей метод може бути застосований до 80% бізнес-процесів компанії.

4. Безперервні поліпшення (стратегія «кайзен», або «маленьких кроків»). Методологія, розроблена для проведення покрокових удосконалень основних і допоміжних бізнес-процесів і передбачає еволюційний тип перетворення, незначні капітальні вкладення, зміна корпоративної політики і процедур, збільшення кількості точок контролю. Цей підхід передбачає визначення точних термінів проведення перетворень, значна увага приділяється участі персоналу як ініціатора перетворень.

5. Реінжиніринг бізнес-процесів – це радикальне перепроектування бізнес-процесів, яке має привести до істотного підвищення їх ефективності. Якісно проведений реінжиніринг знижує рівень витрат на 60 – 70%, кількість помилок – на 40 – 70%. Якщо в компанії більше 20% бізнес-процесів підлягає реінжинірингу – це є ознакою її неефективності.

Усі розглянуті підходи в остаточному підсумку інтегруються в загальну систему управління бізнес-процесами. Система управління бізнес-процесами формується під впливом загальних стратегічних установок підприємства. Її складовими є:

- 1) стратегія управління бізнес-процесами;
- 2) методологія моделювання бізнес-процесів;
- 3) методологія аналізу бізнес-процесів;
- 4) методологія оптимізації бізнес-процесів;
- 5) інструментальні засоби, які забезпечують: реалізацію стратегій і методологій; інформаційну інфраструктуру бізнес-процесів.

Компанії, що мають повний контроль над своїми бізнес-процесами в змозі реалізувати в повній мірі свій виробничий потенціал. Управління бізнес-процесом – наскрізне відстеження етапів процесу і безперервний контроль параметрів процесу. Для того, щоб зробити процеси «досконалими», необхідне вжиття наступних заходів:

- документування наявних бізнес-процесів;
- постійний перегляд і оптимізація бізнес-процесів, що виконуються;
- автоматизація «критичних» процесів, що мають програмне забезпечення.

Удосконалення системи управління підприємством на основі оптимізації бізнес-процесів передбачає:

- розробку і впровадження системи процесного управління підприємством;

- виділення і опис бізнес-процесів;
- впровадження програмних продуктів моделювання, аналізу та оптимізації бізнес-процесів;
- постійне вдосконалення, динамічне моделювання і аналіз бізнес-процесів;
- функціонально-вартісний аналіз бізнес-процесів, поопераційне обчислення вартості, впровадження бюджетування і управлінського обліку;
- оптимізація бізнес-процесів і організаційної структури шляхом впровадження сучасних інформаційних технологій;
- оптимізація бізнес-процесів і організаційної структури шляхом впровадження регламентуючих документів;
- здійснення управління на основі системи збалансованих показників, застосування принципів TQM;
- моніторинг бізнес-процесів, використання процедур контролінгу.

Методологічною основою **управління бізнес-процесами** є: організаційний розвиток підприємства щодо зміни організаційної структури управління (перехід від високої ієрархії структури до плоскої і гнучкою); система управління якістю та управління за результатами; розробка системи збалансованих показників ведення бізнесу; декомпозиція процесу.

Управління бізнес-процесами передбачає реалізацію низки заходів:

1. Визначення цілей і базових результатів.
2. Визначення необхідних ресурсів.
3. Визначення технології (засобів, методів) здійснення.
4. Спостереження за ходом процесу, вимір його результатів і корекція умов виконання.
5. Управління використанням ресурсів.

Менеджмент бізнес-процесів (МБП) являє собою комплекс заходів, здійснюваних у рамках функціонуючої чи нової бізнес-системи (підприємства), спрямованих на оптимізацію поточних бізнес-процесів і майбутні організаційні та операційні зміни. Управління бізнес-процесами здійснюється за допомогою різних інструментів, що допомагають в розробці, моделюванні, дизайні, інтегруванні, розміщенні, тестуванні, оцінюванні та підтримки бізнес-процесів підприємства.

Інструментарій МБП використовується для дизайну моделей бізнес-процесів, моделей систем документообігу, баз даних, правил і особливо для моделювання, оптимізації, моніторингу та підтримки різних процесів, які відбуваються в рамках організації, визначення індикаторів ефективності діяльності, розробка збалансованих карт показників, які допомагають приймати кращі управлінські рішення. Найбільш поширеними є такі інструменти (програмне забезпечення) управління бізнес-процесами: ARIS, BPWin, BPM Suite, Process Suite, Business Manager, Business Process Manager, E Work Vision, FuegoBPM.

Головними елементами МБП є:

- стратегія управління бізнес-процесами;

- опис бізнес-процесів (класифікація, визначення входів/ виходів, власників БП, ресурсів);
- моделювання бізнес-процесів (методи: IDEF, IDEFO, IDEF3, IDEF4 – моделювання процесів; IDEF1X – моделювання баз даних);
- автоматизація бізнес-процесів;
- моніторинг бізнес-процесів (програмні засоби);
- аналіз ефективності бізнес-процесів (діаграма Паретто, діаграма «витрати – результати», ключові компетенції, збалансовані карти показників, індикатори ефективності SADT–,CPN–, SWOT–аналіз, функціонально-вартісний аналіз);
- оптимізація/ реінжиніринг бізнес-процесів.

Одним з недорогих методів оптимізації виробничих бізнес-процесів підприємства є використання так званої системи коригувальних дій, що передбачає послідовне розв'язання виробничих проблем, які виникають в стандартних процесах, узгодження окремих ланок усіх ланцюжків вартості і створення умов, що виключають можливість їх появи. Напрямки корекції:

- скорочення обсягу робіт в процесах, що відбуваються;
- зниження кількості етапів в процесах;
- скорочення простоїв у виробництві;
- скорочення часу на процеси, що не створюють додаткової вартості;
- зниження простору, що використовується;
- скорочення часу переходу на випуск інших видів продукції.

Найбільш широко використовують такі інструменти підвищення ефективності діяльності підприємства і вдосконалення його бізнес-процесів: інжиніринг, редизайн і реінжиніринг; бенчмаркетинг і аутсорсинг (передача третій стороні управління окремими бізнес-процесами або його виконання); система збалансованих показників, тотальне управління якістю, впровадження управлінського обліку, внутрішнього аудиту та контролінгу, функціонально-вартісний аналіз.

Лекція 29. Трансформація и реструктуризація підприємств

План лекції.

1. Характеристика, принципи та методичні основи трансформації підприємств і об'єднань.
2. Реструктуризація бізнесу: особливості, основні форми і види.
3. Особливості розробки та реалізації проекту реструктуризації.
4. Санація (фінансове оздоровлення) підприємства.

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник/* за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ, 2009. 816 с.

1 Характеристика, принципи та методичні основи трансформації підприємств і об'єднань

Глобалізація економіки, що відбувається в останні десятиліття, вимагає від менеджерів підприємств застосування сучасних методів управління організаційними структурними змінами, розвитку лідерства та навчання, використання новітніх інформаційних технологій, інновацій. Для забезпечення такого розвитку необхідно змінити типові принципи управління на нові і ефективно управляти внутрішніми змінами – трансформацією.

Трансформація компаній і об'єднань – це реалізація комплексних змін, що включають базові цінності та установки щодо методів управління і функціонування суб'єктів господарювання. Результатом трансформації є досягнення якісно нового рівня результативності діяльності та управління бізнесом у динамічному конкурентному зовнішньому середовищі.

Фактори, які спонукають підприємства до змін, є:

- інформаційна економіка та розширення телекомунікаційних технологій;
- глобалізаційні процеси діяльності підприємства;
- швидкі зміни вимог споживачів до асортименту і характеристик продукції;
- нові вимоги до якості (стандарти в суспільстві) продукції, виробничих і обслуговуючих процесів;
- створення нових можливостей для розвитку бізнесу.

Принципово важливим для підприємства є опитування про його можливості протистояти змінам зовнішнього середовища. Підприємство повинно здійснювати постійний моніторинг основних компонентів навколишнього середовища і робити висновки щодо своїх потреб у змінах. Як правило серед цих компонентів виділяють:

- економічні (наприклад, глобалізація ринку і/ або його регіональна диференціація);
- техніко-технологічні (швидке поширення нових технологій, устаткування);
- інноваційно-інформаційні (рух інновацій та інформаційного забезпечення);
- політико-правові (зміни законодавстві);
- соціально-культурні (демографічні зрушення, зміни в системі цінностей);
- фізико-екологічні (кліматичні умови, навантаження на екосистему).

Успіх трансформації прямо пропорційний якості стратегії змін і готовності до них. Методологія трансформації підприємств включає певні види робіт і за суттю є структурованим взаємозв'язком стратегій для переведення компаній з теперішнього стану в бажаний. Трансформацію

компанії можна трактувати як процес інжинірингу (моделювання) зміни підприємства від нинішнього стану до бажаного. Основні складові трансформації містять ряд концепцій, що використовуються при проведенні глибинних змін на підприємстві. Серед них найважливіші такі:

- реінжиніринг бізнес-процесів;
- удосконалення бізнес-процесів;
- тотальне управління якістю;
- концепція «шести сигм»;
- збалансована система індикаторів ведення бізнесу;
- система «двадцяти ключів»
- управління, спрямоване на створення доданої вартості.

Проект трансформації повинен відповідати на питання, що має зробити підприємство за наступними напрямками:

- розвиток концептуального бачення перспектив його розвитку та стратегії;
- створення необхідної (бажано) бізнес-культури;
- інтегрування і підвищення ефективності ведення бізнесу;
- розвиток бізнес-процесів.

Обґрунтування місії, цілей і стратегії розвитку передбачає розробку плану трансформації, в якому визначаються основні результати стратегічно визначеного стану. При цьому основними пунктами плану є:

- культура підприємства (норми, положення, цінності людей, залучених в бізнес-процеси);
- організація бізнес-процесів (послідовність дій, що трансформують ресурси в результати);
- технології трансформації підприємства у стратегічно визначений стан і забезпечення ефективного функціонування бізнес-процесів.

Розвиток бізнес-процесів безпосередньо спрямований на забезпечення ефективності і підтримки бізнесу. Перш за все мова йде про поетапне впровадження на підприємстві автоматизованих систем управління (в разі їх економічної доцільності), що дозволить істотно поліпшити документообіг, проводити моніторинг функціонування основних і функціональних процесів, своєчасно виявляти кризові явища. Однією з методологій трансформації є реінжиніринг бізнес-процесів (РБП), які представляють собою будь-яку діяльність або сукупність видів діяльності, що має вхідний продукт, додає вартість до нього та забезпечує вихідний продукт для внутрішнього або зовнішнього споживача – фундаментальне переосмислення і радикальний редизайн бізнес-процесів для забезпечення суттєвих поліпшень у якості виконання. У цьому процесі використовуються організаційні ресурси для забезпечення відповідного результату. Архітектура процесів підпорядкована логіці створення доданої вартості споживачу.

Визначення **реінжинірингу бізнес-процесів (РБП)** містять три центральні характеристики:

- «значне вдосконалення»;

- «радикальне перепроєктування»;
- «нові бізнес-процеси».

Істотне вдосконалення – це не просто поліпшення певного параметра діяльності підприємства або поліпшення роботи окремої ланки організації на певний відсоток. Це якісний перехід до нового рівня ефективності бізнесу на основі здійснення прориву.

Радикальне перепроєктування означає звернення до першопричин. В цьому випадку реінжиніринг – це новий радикальний підхід до виконання робіт в процесі функціонування компанії.

Нові бізнес-процеси – це група взаємозалежних завдань в результаті виконання яких створюється цінність для споживача. Рушійною силою реінжинірингу є розуміння потреб клієнта підприємства, тобто погляд на діяльність підприємства з позиції споживача. Такий підхід дуже часто приводить до проєктування цілком нових процесів, які раніше не здійснювалися в організації.

Основною метою РБП вважається забезпечення виживання підприємства в екстремальній ситуації, різке прискорення його реакції на зміни у вимогах споживачів.

Цілі РБП:

- суттєве підвищення ступеня задоволення споживача; орієнтація на його нинішні і майбутні потреби;
- радикальне скорочення тривалості виробничого циклу, докорінне зменшення кількості процесів та їх вартості, значне зниження витрат часу на виконання функцій;
- істотне поліпшення процесу управління якістю;
- підвищення ролі рішень та ініціативи кожного окремого працівника, організація групової роботи;
- значне зниження кількості працівників;
- забезпечення прискореного впровадження технологічних і організаційних інновацій;
- забезпечення адаптації підприємства до функціонування в умовах інформаційного суспільства.

Проєкт з реінжинірингу бізнесу включає **чотири етапи**:

1) розробка «образу» майбутнього підприємства: на цьому етапі підприємство формує концепцію (сценарій) того, як слід розвивати бізнес для виконання місії та досягнення стратегічних цілей;

2) аналіз стану нинішнього бізнесу: проводиться комплексне дослідження підприємства і складаються схеми бізнес-процесів його функціонування у цей час;

3) розробка нового бізнесу: розробляються і тестуються нові і/ або змінені процеси і підтримуюча їх інформаційна система;

4) впровадження нового бізнесу: на цьому етапі здійснюється реалізація нового проєкту.

Існують різні методології РБП, які знаходяться в діапазоні від найбільш загальних до глибоко структурованих підходів, що базуються на

детальному аналізу та широкому використанні документації щодо нинішніх процесів. Окремі методики створені на основі об'єднання аналітичного та інтуїтивного підходів в рамках узагальнюючої методології управління нового проєкту, інші – на системному підході, що використовує інструменти процесного моделювання і дає можливість врахувати міжфункціональні і міжорганізаційні взаємодії. Але всі вони підпорядковані певній логіці побудови, мають загальні напрямки і послідовність.

Метою трансформації в окремих випадках може бути створення саморегульованої організації (Agile Enterprise) – це підприємство, процеси якого здатні забезпечити ефективну реакцію на швидкість і непередбачувані зміни. Досягнення компанією саморегулювання передбачає два етапи:

- визначення критичних бізнес-процесів;
- перетворення їх в саморегулюючі процеси (agile business processes).

Вдосконалення процесів (ведення бізнесу), які по силі впливу посідають третє місце в процесі трансформації, фокусується на стратегіях компанії, але при цьому має враховуватися прагнення та спроможність персоналу до досягнення обґрунтованої кінцевої мети.

Value-Based Management (VBM – цей термін перекладається як управління, націлене на створення вартості) – концепція управління, спрямована на якісне поліпшення стратегічних і оперативних рішень на всіх структурних рівнях компанії за рахунок концепції зусиль персоналу, який приймає рішення, на ключових факторах вартості. З усього різноманіття альтернативних цільових функцій в рамках концепції VBM вибирається **максимізація вартості компанії**. Вартість же компанії визначається її дисконтованими майбутніми грошовими потоками, і нова вартість створюється тільки тоді, коли компанія отримує таку віддачу від інвестованого капіталу, які перевищують витрати на його залучення. Для оцінювання віддачі від інвестованого в компанію капіталу виділяються основні фактори, що впливають на вартість компанії, які обов'язково повинні враховуватися в показнику, що відбиває створення вартості – витрати на власний і позиковий капітал і доходи, які генеруються наявними активами (при цьому дохід може виражатися в різних формах: прибуток, грошовий потік). У 80-х – 90-х роках ХХ століття з'явилася ціла низка показників (на основі деяких з них виникли навіть системи управління: наприклад EVA і EVA– based management), що відображають процес створення вартості. Орієнтація менеджменту на створення вартості має на увазі наявність інструментів, які дають можливість визначити характер і ступінь впливу того чи іншого рішення на кінцеву результативність діяльності і як похідну – добробут акціонерів.

В інформаційній економіці, що базується на системах управління, спрямованих у компаніях – світових лідерах, принципи ієрархії та функцій повною мірою не використовуються. На сучасному етапі вважається, що

найбільш ефективною є процесна або мережоподібна будова системи управління.

У зв'язку з цим Річард Ноллан і Давид Кроссон виділяють **двадцять принципів** конкурентоспроможної практики управління бізнесом в інформаційній економіці. До них належать такі **принципи**:

1) *лідерства*: топ-менеджер формулює і координує «бачення» компанії і відіграє провідну роль у визначенні цілей і стратегій;

2) *ефективного контролю*: кількість підлеглих визначається не фізичною здатністю контролюючої особи керувати підлеглими, а наявністю ресурсів;

3) *орієнтація на кінцеві результати*: контролюються тільки кінцеві результати;

4) *заохочення (винагороди)*: залежить від якості виконання;

5) *кваліфікація персоналу*: всі співробітники працюють як єдиний колектив «фахівців зі знаннями»;

6) *створення доданої вартості*: діяльність усього персоналу і всі операції в компанії повинні бути спрямовані на створення споживчої доданої вартості;

7) *цільового управління інформацією*: всі співробітники мають відкритий доступ до релевантної інформації;

8) *координації інформаційних потоків*: досягнення завдяки постійному, раціональному та ефективному обміну інформацією, персонал працює в систематично поновлюваному інформаційному просторі, який дає можливість передбачати проблеми і запобігати їх наслідкам;

9) *динамічного балансу інтересів стейкхолдерів*: підтримується баланс інтересів акціонерів, споживачів, персоналу;

10) *процесної та проектної організації виконання завдань*: робота здійснюється через процеси (проекти) і виконується членами команди, призначення яких визначається їхнім досвідом, необхідним для досягнення цілей проекту;

11) *«архітектоніки»*: топ-менеджер формує таку структуру, яка сприяла б функціонуванню самостійних команд;

12) *орієнтації на стратегічний розвиток*: підпорядкування стратегічним інтересам споживача;

13) *командної єдності персоналу*: команди формуються лідерами, які мотивують членів команди «компенсаційними пакетами» з метою задіяти кваліфікаційних співробітників для досягнення мети проекту;

14) *результативних комунікацій*: на основі швидких і конкретних телекомунікацій і мінімуму формальних зусиль;

15) *альтернативності управлінських рішень*: повноваження з розподілу ресурсів постійно аналізуються і делегуються тим, хто приймає найбільш ефективні рішення;

16) *узгодженості маркетингового і фінансового циклів*: прийняття рішень про розподіл ресурсів відбувається в режимі реального часу (маркетинговий рік) замість прив'язки до фінансового року;

17) *моніторингу систем мотивації персоналу до критерію результативності*;

18) *своєчасного вирішення конфліктів*: конфлікти компанії зі споживачами, персоналом, власникам, постачальникам вирішує вище керівництво компанії, залучення третьої сторони – виняток;

19) *управління можливостями (потенціалом)*: менеджмент, орієнтований на можливості, які на глобальному ринку швидко змінюються;

20) *рамкових обмежень*: рамки організації обмежені, а мережа взаємозв'язків компанії постійно змінюються (створення галузевих кластерів, стратегічних альянсів).

Практика свідчить, що точкове поліпшення або часткове впровадження одного з принципів управління дає десятивідсотковий ефект. Впровадження всієї системи принципів управління інформаційною економікою в практику введення бізнесу дає десятикратне поліпшення.

Традиційно системи оцінювання результатів діяльності будуються на фінансових індикаторах. Більшість з них ґрунтувалася на моделі показників «Рентабельність капіталу» (ROI-model), запропонованої Дюпоном на початку ХХ століття. Ця модель фінансових індикаторів добре працює до тих пір, поки вона охоплює більшість робіт зі створення вартості. Але в міру того, як капітал все більш інвестується в технології, в удосконалення взаємодій і взаємозв'язків в бізнесі, які не можуть бути оцінені в традиційній фінансовій моделі, наприклад такі як якість сервісу, підвищення лояльності до торгової марки, цей підхід стає все менш ефективним. Підприємства використовують нові системи індикаторів оцінювання не тільки тому, що вони дозволяють сфокусуватися на короткострокових фінансових результатах, а й тому, що вони ідентифікують вартість нематеріальних активів і конкурентних переваг. Останнім часом все частіше звучить критика традиційних фінансових показників, джерелом яких є система бухгалтерського обліку та фінансової звітності, як основа для прийняття управлінських рішень.

Ця критика спрямована на ретроспективний (історичний) характер цих показників, що значно знижує їх цінність для прийняття стратегічних управлінських рішень. Неодноразово було помічено, що керівники часто відмовляються вкладати кошти в довгостроковий розвиток підприємства, оскільки це погіршує поточні результати діяльності. Звичайно, така практика не може забезпечити підприємству довгострокове економічне зростання і стабільність. Незважаючи на те, що ідеї стратегічного управління все активніше реалізуються в практиці корпоративного менеджменту, управлінські рішення традиційно базуються в більшій мірі на фінансових показниках, ніж на нефінансових (немонетарних). Протягом 70–90-х років ХХ століття ряд дослідників намагалися вирішити цю проблему. Результати проведених досліджень привели до появи концепції збалансованої системи показників – Balanced Scorecard (BSC).

Концепція BSC вигідно відрізняється від інших ідей тем, що фінансові та нефінансові індикатори інтегруються з урахуванням причинно-наслідкових зв'язків між результативними показниками і ключовими факторами, під впливом яких вони формуються.

2 Реструктуризація бізнесу: особливості, основні форми та види

Сучасним ринковим інструментом підвищення конкурентоспроможності та результативності діяльності підприємства є реструктуризація.

Реструктуризація – це адаптація підприємств до функціонування в постійно мінливих умовах, що призводить до необхідності трансформації організаційно-правових форм, структур, систем менеджменту і принципів взаємодії з контрагентами і державою.

Реструктуризація означає пристосування структури ресурсів, що використовуються підприємством, до нових цін і умов, а також зміну параметрів виробництва до існуючих на ринку вимог. Реструктуризація, як правило, включає організаційні зміни на підприємстві, які найчастіше виражаються в поділі підприємства на дрібніші суб'єкти підприємницької діяльності. У процесі реструктуризації також змінюються цілі підприємства, здійснюється організаційна перебудова, відбувається поділ активів, переглядаються ринки та оптимізуються ресурси.

Реструктуризацію можна також визначити, як комплекс організаційно-економічних і правових заходів, спрямованих на зміну структури підприємства, його системи управління, форми власності, організаційно-правової форми, що дозволяє забезпечити ефективне використання потенціалу підприємства і спрямовані на збільшення його ринкової вартості. Реструктуризація забезпечує зняття протиріч між вимогами ринку і застарілою логікою управління підприємством.

Процес підготовки реструктуризації починається з моменту усвідомлення менеджерами підприємства її необхідності, показниками чого можуть стати:

- кризовий стан і можливість банкрутства підприємства;
- необхідність зміни (розширення) сфери діяльності;
- падіння обсягів продажу продукції;
- зростання накладних витрат;
- погіршення перебігу виробничого процесу;
- погіршення основних економічних показників в порівнянні з конкурентами або оптимальними, з точки зору керівництва, періодами діяльності підприємства;
- відсутність системи обліку ринкових змін при розробці та просування продукції підприємства.

Реструктуризація підприємства має дві основні мети:

- протягом короткого періоду забезпечити виживання підприємства;
- відновити конкурентоспроможності підприємства на тривалий час.

Щодо цих цілей виділяють дві взаємозалежні форми реструктуризації: оперативну та стратегічну.

Протягом оперативної реструктуризації вирішуються два головні завдання: забезпечення ліквідності та суттєве поліпшення результатів діяльності підприємства. Комплекс заходів оперативної реструктуризації містить перш за все дії щодо зниження всіх видів (без будь-яких істотних інвестицій) і швидкого збільшення збуту та обігу. Серед цих заходів, як правило, виділяють наступні:

- оперативне зниження дебіторської заборгованості;
- зменшення запасів оборотних коштів шляхом виявлення і реалізації (ліквідації) зайвих запасів (у тому числі запасів допоміжних матеріалів); усунення матеріальних втрат, пошук дешевих джерел матеріального постачання;
- відмова (продаж) від пайової участі в інших підприємствах і організаціях після попереднього аналізу їх ефективності;
- скорочення основних фондів шляхом виявлення і реалізації (ліквідації) зайвого устаткування, транспортних засобів;
- ретельне оцінювання та припинення процесів інвестування, крім життєво необхідних для підприємства і обґрунтованих з позицій розвитку ринку;
- відмова від збиткових видів діяльності, позбавлення від зайвих активів та соціальної інфраструктури;
- скорочення чисельності працівників.

Оперативна реструктуризація здійснюється в короткостроковому періоді (3–4 місяці), коли підприємство не може розраховувати на зовнішні джерела фінансової допомоги і вирішує питання підвищення своєї ліквідності насамперед за рахунок внутрішніх резервів.

Більшість українських підприємств, які вже мають досвід проведення реструктуризації або приступають до цих процесів, починає з оперативної реструктуризації, яка має санаційний характер і спрямована на виведення підприємства з кризового стану, забезпечення певного рівня його прибутковості, здатність генерувати грошові потоки за умов відсутності суттєвих інвестицій.

Якщо процес перетворення буде зупинено після завершення оперативної реструктуризації, то підприємство через деякий час може знову опинитися в кризовому стані, який, як правило, обумовлений не одним, а багатьма факторами. Їх тим більше, чим значнішим є запізнювання дій менеджерів щодо зміні типу господарської системи. Реалізація програми стратегічної реструктуризації має на меті створення адекватних умов всередині підприємства для досягнення ними своїх стратегічних цілей. Суттєвою особливістю цього виду реструктуризації на відміну від оперативної є те, що вона:

- здійснюється в значно коротші терміни, ніж оперативна;

– базується на попередньо розроблених корпоративних та функціональних стратегіях;

– потребує суттєвих капіталовкладень.

Стратегічна реструктуризація забезпечує довгострокову конкурентоспроможність, для досягнення якої необхідно визначення стратегічної мети підприємства, розробка стратегічної концепції розвитку, а також напрямів та інструментів реалізації цієї мети. При здійсненні стратегічної реструктуризації все починається з визначення місії компанії, що дає змогу обґрунтувати її існування, напрям розвитку, сферу та специфіку діяльності.

Стратегічна реструктуризація може передбачати такі дії:

- диверсифікація виробництва і вихід на нові ринки збуту;
- технічне переозброєння та впровадження нових технологій;
- сертифікація виробництва і продукції;
- реструктуризація організаційної структури підприємства;
- підвищення кваліфікації персоналу.

Санаційна, або відновна, реструктуризація застосовується, коли підприємство знаходиться в передкризовому або кризовому стані, основними ознаками якого можуть бути:

- погіршення ринкових позицій;
- наявність значних запасів готової продукції;
- зростання кредиторської заборгованості.

Основними напрямками реструктуризаційних дій в цих ситуаціях є:

- скорочення ресурсів, що використовуються підприємством;
- вихід з нерентабельних ринків;
- відмова від нерентабельної продукції, сфер діяльності, організаційних одиниць;
- зменшення фізичних обсягів/ розмірів.

Адаптаційна, або прогресивна, реструктуризація здійснюється при відсутності кризових явищ, але в разі виникнення негативних тенденцій з метою їх подолання та адаптації підприємства до нових ринкових умов. Ознаками необхідності проведення цього виду реструктуризації є:

- визначення загальної ефективності господарювання;
- вивчення ринкового потенціалу;
- відставання в порівнянні зі світовими стандартами;
- наявність перспектив для роботи на інших ринках;
- недостатня ефективність управління.

Якщо розглядати види реструктуризації в залежності від її об'єкта, то вони мають такі відмінності. Техніко-технологічне реструктурування охоплює модернізацію або заміну застарілих основних засобів, впровадження нових технологічних процесів, інвестування заходів, спрямованих на краще використання виробничих потужностей та інших ресурсів підприємства. Закриття (ліквідація) підрозділів і, навіть, підприємств може розглядатися як складова такого виду реструктуризації. Ширше визначення техніко-технологічної реструктуризації може

включати регіональне переміщення виробничих потужностей для використання певних стратегічних переваг, які проявляються в більш низькому рівні оплати праці в даному регіоні, більш високому рівні кваліфікації персоналу, перспективному ринку, кращій інфраструктурі та інших факторів, які можна використовувати у випадку зміни місця розміщення бізнесу. Цей вид реструктуризації істотно не підвищує ефективність господарювання, якщо він не супроводжується додатковими змінами в організації, менеджменті, розробкою маркетингової і товарної політики, і навіть не залучаючи політики стимулювання конкурентоспроможності виробництва.

Необхідність у фінансовій реструктуризації виникає, оскільки більшість вітчизняних підприємств мають велику заборгованість, що виникла в результаті ризикованої кризової політики, макроекономічної нестабільності, кризи неплатежів в національній економіці. Фінансова реструктуризація передбачає оптимізацію структури капіталу підприємств (зміна структури пасивів), яка досягає переоформленням боргових зобов'язань. Крім того, під час фінансової реструктуризації вирішуються завдання з підвищення фінансової автономії, використання переваг цінних паперів, залучення іноземного капіталу.

Фінансова реструктуризація може передбачати відстрочення погашення заборгованості, зниження процентної ставки по ній, визначення вигідної схеми є погашення, застосування інших прийомів поліпшення фінансового стану, наприклад, конвертацію заборгованості або її частки в цінні папери підприємства. В окремих випадках підприємство проводить дії з отримання від кредиторів нових позик, кредитів або гарантій.

Управлінська або організаційна реструктуризація охоплює заходи щодо вдосконалення або зміни організаційної структури підприємства, адаптації персоналу для роботи в нових економічних умовах. Ці зміни часто є більш важливими, ніж модернізація основних активів. Успішне проникнення на нові ринки вимагає не тільки відповідної ефективності виробництва, а й приділення уваги якості, обслуговуванню, інноваціям, продуктивній диференціації і ринковій сегментації. Основними аспектами організаційної реструктуризації є:

- реорганізація підприємства на базі його децентралізації, створення центрів відповідальності (бізнес-одиниць);
- впровадження нових методів управління;
- організація нових (в тому числі міжнародних) представництв з продажу та маркетингу;
- оптимізація чисельності працівників;
- навчання і перекваліфікація персоналу;
- розробка і впровадження схем підвищення мотивації праці.

Незадовільні результати від реструктуризації часто відображають неадекватну увагу саме до управлінських та організаційних аспектів трансформації підприємств.

Правова реструктуризація полягає в зміні організаційно-правового статусу підприємства, що полегшує здійснення всіх інших напрямків реформування підприємства.

Слід зазначити, що комплексна реструктуризація необхідна і економічно доцільна лише в окремих випадках. Природа і ступінь необхідної реструктуризації залежить від характеру проблеми підприємства. Іноді реструктуризація вимагає тільки фінансової або так званої обмеженої реструктуризації для оновлення економічної і технічної життєздатності підприємства. Коли проблеми підприємства більш істотні, тоді воно потребує «всебічної» реструктуризації, яка охоплює розробку нової товарної, трудової, технічної та технологічної політики, змін в менеджменті, організації тощо. Реструктуризація підприємства триває в більшості випадків до трьох років.

3 Особливості розробки і реалізації проєкту реструктуризації

Реструктуризація підприємства є складною проблемою, методологія розв'язання якої передбачає використання як стандартних методів ситуаційного, організаційно-управлінського, виробничо-господарського, фінансово-економічного, кадрового аналізу, організаційного проєктування, так і відносно нових інструментів, у тому числі й тих, які раніше не використовувалися при організації підприємств. До них слід віднести, методи проєктного управління, функціонально-вартісного аналізу, тотального управління якістю, реінжинірингу бізнес-процесів. Підхід до підприємства як до складної системи означає комплексність і системність методів, використовуваних при його реструктуризації.

З практичної точки зору проблема реструктуризації підприємства вирішується на основі використання багатьох моделей, теорій і дисциплін, в рамках структурованого процесу, два перших етапах якого включають проведення повної діагностики підприємства і розробки концепції його реструктуризації. Отримані дані є основою при прийнятті рішень на третьому етапі, який передбачає розробку програми реструктуризації. Четвертий етап безпосередньо пов'язаний з реалізацією програми.

Основні етапи здійснення реструктуризації підприємства представлені в табл. 1.

Таблиця 1 – Основні етапи здійснення реструктуризації підприємства

Комплексна діагностика підприємства	Створення концепції реструктуризації	Розробка програми реструктуризації	Реалізація програми реструктуризації
–ситуаційний аналіз –організаційно-управлінський аналіз –фінансово-економічний аналіз –виробничо-господарський аналіз –аналіз кадрового потенціалу –оцінювання ринкової вартості бізнесу	–попереднє формування стратегічної мети, концепції та місії підприємства –визначення цілей розвитку і критерії їх досягнення –аналіз «проблемного поля» і виділення ключових проблем –виділення пріоритетних напрямків діяльності –вихід з неприбуткових сегментів –пошук нових сегментів –групування бізнес-одиниць –вибір і фіксація стратегії реструктуризації	–прогноз, аналіз і оцінювання вартості варіантів реструктуризації –підготовка бізнес-плану –оцінювання джерел ресурсів	–структуризація проекту –планування проекту –деталізація планів –формування робочих груп –моніторинг проекту –формування команди –контроль термінів

Модель здійснення реструктуризації підприємства складається з наступних етапів.

1. Попереднє формування концепції та місії підприємства, стратегічної мети.
2. Оцінювання зовнішнього конкурентного середовища.
3. Комплексна діагностика підприємства.
4. Аналіз «проблемного поля» і виділення ключових проблем.
5. Визначення шляхів вирішення проблем.
6. Виділення пріоритетних напрямків діяльності.
7. Прогноз, аналіз і оцінювання варіантів реструктуризації підприємства.
8. Розробка програми і бізнес-плану реструктуризації.
9. Оцінювання джерел ресурсів.
10. Виділення першочергових.
11. Розподіл ресурсів.
12. Формування команд проєктів.
13. Розробка і захист першочергових проєктів.
14. Вибір та затвердження стратегій і програми реструктуризації.

Характеристика елементів моделі реструктуризації підприємства представлена в табл. 2.

Таблиця 2 – Характеристика елементів моделі реструктуризації підприємства

Елемент моделі	Характеристика
1. Визначення цілей розвитку і критеріїв їх ефективності	відбувається формування цілей з урахуванням внутрішніх і зовнішніх умов господарювання, визначаються перспективні стратегії розвитку організації
2. Оцінювання зовнішнього конкурентного середовища	здійснюється SWOT-аналіз, аналіз стратегічної позиції, сегментів ринку, конкуренції, позиціонування
3. Комплексна діагностика підприємства	використовуються методи ситуаційного, організаційно-економічного аналізу, аналізу виробничо-господарського і фінансового стану підприємства
4. Аналіз «проблемного поля» і виділення ключових проблем	проводиться аналіз цілей і стратегій, будується і досліджується «дерево цілей» і відповідне «дерево завдань і рішень», виявляються найбільш важливі завдання і проблеми
5. Визначення шляхів розв'язання проблем	уточнюються, деталізуються і досліджуються «дерева» цілей, завдань і рішень, на основі яких здійснюється оцінювання потенційних можливостей підприємства з конкретизацією у вигляді комплексу можливих проєктів
6. Виділення пріоритетних напрямів діяльності	на основі досліджених раніше потенційних можливостей, шляхів вирішення проблем проводиться ранжування і встановлення ієрархії проблем, завдань і проєктів
7. Прогноз, аналіз і оцінювання варіантів реструктуризації підприємства	проводиться оцінювання сценаріїв розвитку альтернативних варіантів реструктуризації
8. Розробка програми і бізнес-плану реструктуризації	розробляються програма і бізнес-плани реструктуризації різного ступеня деталізації
9. Оцінювання джерел ресурсів	оцінюються джерела і ресурси, необхідні для реалізації планів реструктуризації, перш за все фінансові та трудові
10. Виділення першочергових проєктів	здійснюється ранжування проєктів за їх важливістю
11. Розподіл ресурсів	наявні і прогнозовані ресурси розподіляються відповідно до пріоритетів проєктів
12. Формування команд проєктів	організовується команда проєкту, тобто група людей, що будуть реально здійснювати реструктуризацію
13. Розроблення і захист першочергових проєктів	виокремлюються і обґрунтовуються найбільш пріоритетні проєкти
14. Вибір і затвердження стратегій і програми реструктуризації	уточнюються стратегії і цілі реструктуризації відповідно до розроблених першочергових проєктів; проведено оцінювання і заходи документуються

Етап діагностики пов'язаний з виявленням і оцінюванням усіх основних характеристик підприємства, описом його структури, основних функцій і цілей, наявних обмеженнях, взаємозв'язків, фінансового стану і включає проведення ситуаційного, організаційно-управлінського,

фінансово-економічного, виробничо-господарського аналізу, оцінювання кадрового потенціалу і визначення ринкової вартості бізнесу.

Ситуаційний аналіз необхідний для оцінювання ситуації, в якій знаходиться підприємство, тобто місця, яке воно займає в нинішньому бізнес-просторі, основних факторів, що впливають на його функціонування.

Організаційно-управлінський аналіз являє собою дослідницьку діяльність, спрямовану на визначення системи цілей підприємства, стратегій їх досягнення, організаційної структури управління, специфіки управлінських процесів в організаційній культурі.

Фінансово-економічний аналіз орієнтований на оцінюванні фінансового стану, фінансових результатів і ефективності діяльності підприємства. Він дозволяє виявити напрями та обмеження фінансового розвитку та реструктуризації фінансової політики.

Метою аналізу виробничо-господарської діяльності є оцінювання рівня ефективності використання виробничих ресурсів для виробництва і реалізації продукції, виявлення ефективності операційної діяльності підприємства.

Аналіз кадрового потенціалу підприємства в процесі його реструктуризації, орієнтований на виявлення резервів колективу, структури індивідуально-психологічних і соціальних якостей персоналу, управлінських факторів.

Оцінювання ринкової вартості є завершальним етапом підготовки підприємства до реструктуризації.

Розробка концепції реструктуризації (другий етап) є складним процесом, в якому доводиться брати участь керівникам підприємств. У цій роботі дослідження проводиться з використанням основних положень стратегічного менеджменту і маркетингу. Метою етапу є створення ряду стратегій реструктуризації, тобто чітких стратегічних дій з реорганізації наявних на підприємстві видів діяльності, виражених в термінах: «закрити», «контролювати», «утримувати», «виділити в окреме підприємство», «розширити», «створити новий бізнес», «розробити товар». Для найбільш перспективних підрозділів розробляються бізнес-плани.

Основна особливість цього етапу підготовки реструктуризації полягає в тому, що менеджери здійснюють роботу передовсім не з кількісними, а з якісними категоріями, такими як «бачення» і «місія підприємства», «критичними факторами успіху», «корпоративні цілі і стратегії», «сегменти ринку», «бізнес-процеси», «портрет підприємства», «модель нинішнього бізнесу», «стратегічний товар», «проектні ситуації», «ідеї проектів».

Таким чином, концепція реструктуризації підприємства спрямована на розробку гармонійно поєднаної програми дій, яка в сукупності підвищить ймовірність того, що життєздатна частина бізнесу зможе вижити.

Для ефективного проведення реструктуризації необхідна розробка комплексної програми, яка повинна систематизувати результати

аналітичної роботи і на їх основі чітко сформулювати завдання, шляхи, способи, умови досягнення поставлених цілей, майбутні заходи, ресурси та їх джерела. Подолавши на перших двох етапах складності отримання інформації про можливості кризової ситуації на підприємстві, створивши концепцію реструктуризації, на третьому етапі приступають до розроблення програми реструктуризації.

Можливі розділи програми:

- мета і зміст робіт;
- загальна характеристика підприємства;
- аналіз фінансово-господарського стану;
- аналіз товарних ринків і кон'юнктури продукції;
- план реструктуризації активів;
- план реструктуризації пасивів;
- план реформування системи управління;
- приблизний календарний план заходів;
- фінансовий план;
- оцінювання ризиків;
- контроль за виконанням.

Реструктуризація здійснюється на основі бізнес-планів або його різновиду – організаційного проєкту, який представляє собою формалізований опис моделі розвитку підприємства відповідно до обраних цілей його реформування. Якість розробленого бізнес-плану в багато чому визначає успіх реструктуризації підприємства. Цей документ включає формалізацію стратегії і тактики здійснення, виділення перспективних цілей в рамках проєкту, механізмів їх досягнення і рекурсивного забезпечення. Затвердження бізнес-плану конкретизується у вигляді плану реструктуризації, в якому уточнюється програма заходів, що забезпечує досягнення цілей, їх зміст, збалансованість ресурсів, обсяги, методи, послідовність і терміни виконання робіт в рамках проєкту реструктуризації.

Структура бізнес-плану реструктуризації залежить від сфери діяльності підприємства, перспектив його розвитку. Узагальнено бізнес-план реструктуризації може мати наступні розділи:

1. Загальна характеристика підприємства та його фінансового стану: назва підприємства, дані про його реєстрацію, підпорядкованість, місія і види діяльності, організаційно-правовий статус, форма власності, організаційна структура, показники фінансового стану (коефіцієнт ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості, оборотності капіталу, рівня дебіторської заборгованості, прибутковості, рентабельності).

2. Основні параметри проєкту бізнес-плану: обґрунтування варіанта реструктуризації, розрахунок загального обсягу фінансових ресурсів, термін реалізації плану, строк погашення інвестиційного капіталу, фінансові результати реалізації плану (чиста теперішня вартість, внутрішня норма прибутковості, термін окупності проєкту).

3. Заходи з оновлення платоспроможності та підтримки ефективної господарської діяльності (заходи технічного, організаційно-економічного характеру та фінансові кошти, необхідні для їх проведення).

4. Ринок і конкуренція (характеристика галузі, перспективи розвитку, ринкові сегменти, покупці, перелік основних конкурентів і їх конкурентні переваги, стратегія виживання на ринку, тенденції та очікувані зміни на основних ринках).

5. Маркетингова діяльність підприємства (стратегія маркетингу, канали розподілу, стратегія продажу, характеристика та аналіз каналів збуту, життєвий цикл продукту, дослідження і розробки).

6. План виробництва і його ресурсне забезпечення (виробнича програма підприємства, обсяг реалізації продукції, потреба в основних засобах, оборотних коштах, персоналі, інвестиційних ресурсах).

7. Фінансовий план (прогноз фінансових результатів, розрахунок обсягів додаткових інвестицій, обґрунтування джерел фінансування, складання прогнозного балансу, розрахунок фінансових коефіцієнтів). Цей розділ займає одну з вирішальних позицій щодо вибору того чи іншого варіанта фінансового оздоровлення підприємства.

8. Обґрунтування сценаріїв подолання найбільш імовірних ризиків у процесі проведення фінансового оздоровлення підприємства.

Традиційною формою проектування процесів реструктуризації є організаційний проєкт, який може розроблятися як альтернатива або як доповнення бізнес-плану. Він може бути частиною загального проєкту реструктуризації і орієнтуватися перш за все на реорганізацію організаційної структури підприємства.

Організація управління проєктом реструктуризації передбачає виконання таких дій, як планування, фінансування, створення команд, підготовка проєкту до запуску.

Одним з варіантів реструктуризації може бути санація (фінансове оздоровлення) суб'єктів господарювання.

4 Санація (фінансове оздоровлення) підприємства

Слово «санація» походить від латинського «sanare», що означає оздоровлення або одужання. З точки зору «фінансово-кредитного» аспекту це поняття необхідно трактувати як систему заходів, яка проводиться для запобігання банкрутству промислових, торгових, банківських підприємств (організацій) і направлена на їх майбутнє відродження.

В економічній літературі є і більш широке тлумачення поняття санації як суми всіх розрахованих на стратегічну перспективу заходів організаційного, виробничого, фінансового та соціально-економічного характеру, які використовуються, з одного боку, для подолання неліквідності та усунення капітальних збитків, а з іншого – для поновлення

рентабельності, продуктивності праці та інновацій, які забезпечили б прибутковість і життєздатність підприємства в довгостроковому періоді.

Отже, **санація** – це комплекс послідовних взаємозв'язаних заходів фінансово-економічного, виробничо-технічного, організаційного, соціального характеру, спрямованих на виведення суб'єкта господарювання з кризи і відновлення або досягнення ним прибутковості та конкурентоспроможності.

Загальна модель фінансового оздоровлення підприємства передбачає послідовне здійснення відповідних заходів.

1. Аналіз причин виникнення кризової ситуації (причинно-наслідковий аналіз).

2. Якщо приймається рішення про ліквідацію, то проводяться заходи з ліквідації або на добровільній основі, або примусовими методами. Якщо не приймається рішення про ліквідацію, то негайно вводяться першочергові заходи щодо санації.

3. Визначення цілей санації.

4. Програма санації.

5. Проєкт санації.

6. Бізнес-план санації.

Процес фінансового оздоровлення починається з виявлення та аналізу причин фінансової кризи. Проведення такого аналізу дає можливість або прийняття рішення щодо доцільності проведення санації, або, якщо цього зробити неможливість, повної ліквідації суб'єкта господарювання.

При проведенні процесу санації необхідно визначити її цілі та стратегію. На основі обґрунтованої стратегії розробляється система санкційних заходів, формується програма та проєкт плану санації. На кінцевому етапі здійснюється реалізація цього плану.

Оцінювання фінансового стану підприємства і причин фінансової кризи відповідно за класичною моделлю санації дозволяє зробити висновок про доцільність чи недоцільність санації цієї господарської одиниці. Якщо виробничий потенціал підприємства зруйновано, капітал втрачено, структура бізнесу незадовільна, то приймається рішення про консервацію або ліквідацію суб'єкта господарювання.

У тому разі, коли підприємство має реальну можливість відновити платоспроможність, ліквідність і прибутковість, має достатньо підготовлений управлінський персонал, ринки збуту товарів, а виробництво продукції відповідає пріоритетним напрямкам економіки країни, приймається рішення про проведення санації.

Окремим і дуже важливим аналітичним блоком у класичній моделі є формування **стратегічних цілей і тактики проведення санації**. Санація – це узагальнена модель дій, необхідних для досягнення поставлених цілей через координацію та розподіл ресурсів компанії. Кінцева мета санаційної стратегії полягає в досягненні довгострокових конкурентних переваг, які забезпечили б компанії високий рівень рентабельності, а суть самої

стратегії – у виборі найкращих варіантів розвитку фірми, в оптимізації політики капіталовкладень.

Відповідно до обраної стратегії розробляється **програма санації**, тобто система взаємопов'язаних заходів, спрямованих на вихід підприємства з кризи. Вони формуються на основі комплексного визначення причин фінансової кризи, аналізу внутрішніх резервів, висновків про можливості залучення капіталу і стратегічних завдань санації.

Наступним етапом класичної моделі оздоровлення є проєкт санації, який розробляється на базі санаційної програми і містить техніко-економічне обґрунтування санації, розрахунок обсягів фінансових ресурсів, необхідних для досягнення стратегічних цілей, конкретні графіки та методи мобілізації фінансового капіталу, строки освоєння інвестицій та їх окупності, оцінку ефективності санаційних заходів, а також прогнозовані результати виконання проєкту.

Проєкт фінансового оздоровлення доцільно розробляти в кількох варіантах.

Для вибору варіанта фінансового оздоровлення пропонуються наступні критерії (проранжовано за рівнем значущості):

- 1) максимальна прибутковість у поєднанні з мінімальними витратами;
- 2) ризик неповернення вкладень;
- 3) способи стягнення наявної дебіторської заборгованості та варіанти списання кредиторських довго– і короткострокових зобов'язань;
- 4) підготовленість персоналу до запропонованих змін;
- 5) можливість швидкого виходу на реальні та потенційні ринки збуту;
- 6) конкурентоспроможна продукція та її частка в загальному обсязі продукції;
- 7) гарантії соціального захисту персоналу;
- 8) можливість позитивних (негативних) екологічних наслідків реалізації цього варіанту проєкту фінансового оздоровлення.

Важливим компонентом санаційного процесу є координація та контроль за якістю реалізації запропонованих заходів. Контролюючі органи повинні своєчасно виявити і використовувати нові санаційні резерви, а також приймати об'єктивні кваліфікаційні рішення щодо подолання можливих перешкод до здійснення оздоровчих заходів. Суттєву допомогу тут може надати оперативний санаційний контроль, який об'єднує інформаційну і контрольну функції. Завданням санаційного контролю є ідентифікація оперативних результатів і підготовка проєктів рішень щодо використання виявлених резервів і подолання додаткових перешкод.

Обґрунтування санаційного проєкту для кожного окремого суб'єкта господарювання можна зробити у вигляді плану фінансового оздоровлення, бізнес-плану, техніко-економічного обґрунтування.

Стандартною формою структури такого плану немає, але будь-яка форма вимагає наявності імовірнісної базової інформації.

У цілому **проект санації** може мати таку структуру:

1. Загальна характеристика підприємства:

– фактичний фінансовий стан підприємства (фактичний обсяг реалізованої продукції, прибуток, заборгованість, коефіцієнт платоспроможності та ліквідності);

– аналіз причин, унаслідок яких підприємство потрапило в складне фінансове становище;

– перспективи виходу з цього стану.

2. План фінансового оздоровлення:

– виробнича програма на найближчі роки (найменування продукції, кількість, вартість);

– баланс грошових доходів і витрат (сума необхідної допомоги в розрізі окремих джерел показується окремо);

– розрахунок ефективності заходів, спрямованих на оздоровлення підприємства.

3. Прогнозовані кінцеві результати реалізації проекту.

План фінансового оздоровлення може бути складним у формі **бізнес-плану**. Такий бізнес-план спрямований на відновлення платоспроможності і досягнення ефективної діяльності з урахуванням наданої державної підтримки для проведення санаційних заходів.

Бізнес-план фінансового оздоровлення може мати такі розділи: загальна характеристика підприємства та його фінансовий стан; основні параметри проекту бізнес-плану; заходи для відновлення платоспроможності та підтримки ефективної господарської діяльності; ринок і конкуренція; маркетинговий план; план виробництва і його ресурсне забезпечення; фінансовий план; сценарії подолання найбільш імовірних ризиків у процесі проведення фінансового оздоровлення підприємства.

Для визначення підприємств, які потребують державної фінансової підтримки, необхідно проводити державну експертизу санаційних проектів.

Розподіл державних фінансових коштів, визначення строків і порядку їх виділення і повернення залежить від ряду факторів, а саме:

– ефективність санаційних проектів;

– необхідність у фінансових коштах;

– терміну окупності і повернення коштів;

– пріоритетності напрямків структурної перебудови економіки.

Державну підтримку доцільно надавати насамперед:

– підприємствам, продукцію яких можна реалізувати на споживчому ринку;

– підприємствам, які забезпечують обороноздатність і безпеку держави;

– підприємствам, характер виробництва яких пов'язаний з міжнародними нормами з техніки безпеки та екології (підприємства

енергетичного атомного комплексу, виробництво радіоактивних матеріалів, зброї);

– перспективним підприємствам, які необхідні для технологічної перебудови виробництва (створення і розвиток мережі зв'язку, інформаційних систем, сучасних транспортних систем);

– підприємствам, які випускають конкурентоспроможну, імпортозамінну і експортну продукцію;

– підприємствам, які забезпечують випуск енергозберігаючої техніки і освоєння нових прогресивних технологій, зростання продуктивності праці, поліпшення умов праці і підвищення екологічності виробництва;

– підприємствам, що забезпечують створення умов для активізації інноваційно-інвестиційної діяльності;

– підприємствам з широкими кооперованими внутрішньогалузевими і міжрегіональними зв'язками.

Наявність техніко-економічного обґрунтування (ТЕО) санації підприємства має бути неодмінною умовою для надання державної підтримки. ТЕО може мати різну структуру і, як правило, складається з наступних розділів: загальні положення; характеристика підприємства; попит на продукцію та аналіз ринку; забезпеченість ресурсами і джерелами їх поповнення; основні технічні рішення з перепрофілювання підприємства (реструктуризацію, технічне переоснащення); персонал і продуктивність праці; кошторис витрат на будівництво (реконструкцію, технічне переоснащення); собівартість продукції; оцінювання ефективності заходів для санації підприємства; основні техніко-економічні показники підприємства, що підлягають санації; фінансове і економічне оцінювання санації, висновки і рекомендації.

Обсяг санаційних коштів (I_c) для оздоровлення фінансового стану неплатоспроможного підприємства можна розрахувати за формулою

$$I_c = B - (P + D), \quad (1)$$

де B – необхідна загальна сума витрат на здійснення санаційних заходів, що забезпечують рентабельну роботу неплатоспроможного підприємства;

P – обсяг внутрішніх резервів неплатоспроможних підприємств, які використовуються для фінансового оздоровлення;

D – обсяги фінансової допомоги з боку інших підприємств, які зацікавлені у рентабельному функціонуванні неплатоспроможного підприємства.

Мобілізацію внутрішніх резервів можна здійснювати за рахунок реалізації продукції за нижчими цінами; скорочення дебіторської заборгованості; продаж зайвого устаткування, інших товарно-матеріальних цінностей; здача в оренду приміщень, устаткування.

Фінансову допомогу можуть здійснити три групи підприємств: партнери по кооперованих зв'язках; підприємства (холдинги), які володіють контрольним пакетом акцій неплатоспроможного підприємства;

кредитори, впевнені в позитивних наслідках фінансового оздоровлення неплатоспроможного підприємства.

Доцільність (ефективність) санаційних програм розвитку підприємства зазвичай визначають за економічними показниками, представленими в табл. 1.

Таблиця 1 – Економічні показники для оцінювання доцільності санаційних програм розвитку підприємства

Показники	Рівень критерію, за яким здійснюється санаційна програма підприємства за варіантами		
	оптимальним	прийнятним	безперспективним
Виробництво і прибуток Індекс обсягу виробництва в натуральному вираженні	Дорівнює одиниці або більший	менший за одиницю, але більший за середньогалузевий показник	менший за середньогалузевий показник
Індекс динаміки цін на продукцію	менш індексу інфляції	дорівнює індексу інфляції	більший за індекс інфляції
Співвідношення індексів динаміки обсягу реалізації (обсягу продажів) і витрат на виробництво продукції	>1	1	<1
Співвідношення індексів динаміки ФОП (фонду оплати праці) і обсягу реалізації (обсягу продажів)	<1	1	>1
Співвідношення індексу середньої заробітної плати та індексу інфляції	>1	1	<1
Співвідношення індексу обсягу випуску продукції в натуральному вираженні (або в незмінних цінах) і динаміки чисельності персоналу	>1	1	<1
Співвідношення частки прибутку, що спрямовується на розвиток виробництва в базовому і розрахунковому періодах (у порівнянних цінах)	>1	1	<1
Імпорт Відношення частки імпортозамінної продукції в загальному обсязі продукції підприємства до середньогалузевого показника	>1	>0	0
Конкурентоспроможність на внутрішньому та зовнішньому ринках Ставлення частки експортної продукції в загальному обсязі виробництва підприємства до середньогалузевого показника	>1	>0	0
Співвідношення індексу обсягів продажів у вартісному вираженні і аналогічного галузевого показника	>1	1	<1

Лекція 30. Економічна безпека діяльності підприємства. Антикризова діяльність підприємства

План лекції

1. Економічна безпека підприємства: сутність та передумови формування
2. Методичні підходи до конструювання аналітичних показників оцінювання рівня економічної безпеки підприємства
3. Управління економічною безпекою підприємства
4. Служба безпеки фірми (підприємства, організації)
5. Антикризова діяльність і банкрутство підприємств (організацій)

Література:

1. *Економіка підприємства: підручник/* за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. К.:КНЕУ,2009. 816 с.

1 Економічна безпека підприємства: сутність й передумови формування

У ринкових умовах господарювання дуже важливою (якщо не вирішального) значення набуває економічна безпека всіх суб'єктів підприємницької та інших видів діяльності. Термін «безпека» почав вживатися ще в XII столітті. Він означав спокійний стан духу людей, які вважають себе захищеними від будь-якої небезпеки. Термін «державна безпека» був вперше використаний в США в «Положенні про заходи щодо захисту державного порядку і громадського спокою» від 14 серпня 1881 р. Поняття «національна безпека» ввів в політичний лексикон в 1904 р. Президент США Теодор Рузвельт.

Розглянемо основні підходи до дослідження безпеки підприємства.

1. Інформаційний підхід до дослідження економічної безпеки підприємства. Проблему економічної безпеки підприємства в зазначеному контексті пропонувалося досліджувати, виходячи з постулату, що **ступінь надійності всієї системи збереження інформації визначається рівнем безпеки найслабкішої її ділянки, якою вважається персонал організації.**

Визначаючи, що забезпечення інформації є одним з важливих аспектів економічної безпеки підприємства, необхідно вказати, що зведення проблеми економічної безпеки підприємства тільки до захисту комерційної таємниці є сильно спрощений варіант рішення такої проблеми.

2. Зовнішній підхід до дослідження економічної безпеки підприємства.

При визначенні поняття «економічна безпека» стала переважати думка, що його зміст відображає такий **стан підприємства, що забезпечує здатність протистояти несприятливим зовнішнім впливам.**

Економічна безпека підприємства трактується як захищеність його діяльності від негативного впливу зовнішнього середовища, а також як здатність швидко усувати різні ризики і загрози, пристосовуючись до наявних умов, які не відбиваються негативно на його діяльність.

3. Ресурсно-функціональний підхід до економічної безпеки підприємства.

Автори цього підходу до економічної безпеки підприємства розглядають її як **стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів для запобігання загрозам і забезпечення стабільного функціонування підприємства в даний час і в майбутньому.** При ресурсно-функціональному підході розрізняють **сім функціональних складових** економічної безпеки підприємства: інтелектуально-кадрову, фінансову, техніко-технологічну, політико-правову, екологічну, інформаційну та силову.

З огляду на зміст розглянутих основних підходів до визначення **економічної безпеки підприємства**, загальне визначення цього поняття можна сформулювати так: економічна безпека фірми (підприємства, організації) – це такий стан корпоративних ресурсів (ресурсів, капіталу, персоналу, інформації і технології, техніки та устаткування, прав) і підприємницьких можливостей, при якому гарантується найбільш ефективно їх використання з метою стабільного функціонування і динамічного науково-технічного і соціального розвитку, запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним впливам (загрозам).

Необхідність постійного дотримання економічної безпеки обумовлюється об'єктивно наявними для кожного суб'єкта господарювання завданням забезпечення стабільності функціонування та досягнення головних цілей своєї діяльності. Рівень економічної безпеки фірми залежить від того, наскільки ефективно її керівництво і фахівці будуть здатні уникнути можливих загроз і ліквідувати негативні наслідки окремих складових зовнішнього і внутрішнього середовища.

Джерелами негативних впливів на економічну безпеку можуть бути: свідомі або несвідомі дії окремих посадових осіб і суб'єктів господарювання (органів державної влади, міжнародних організацій, підприємств (організацій)-конкурентів: збіг об'єктивних обставин (стан фінансової кон'юнктури на ринках цього підприємства, наукові відкриття та технологічні розробки, форс-мажорні обставини). Залежно від суб'єктивної зумовленості негативні впливи на економічну безпеку можуть мати об'єктивний і суб'єктивний характер. Об'єктивними вважаються такі негативні впливи, які виникають як наслідки діяльності конкретного підприємства або дії його окремих працівників. Суб'єктивні впливи

виявляються в неефективній роботі підприємства в цілому або окремих його працівників (передовсім керівників і функціональних менеджерів). Головна мета економічної безпеки підприємства полягає в тому, щоб гарантувати його стабільне та максимально ефективне функціонування тепер і високий потенціал розвитку в майбутньому. До основних функціональних **цілей економічної безпеки** належать:

- забезпечення високої економічної ефективності роботи, фінансової стійкості та незалежності підприємства (організації);

- забезпечення технологічної незалежності та досягнення високої конкурентоспроможності технічного потенціалу того чи іншого суб'єкта господарювання;

- досягнення високої ефективності менеджменту, створення оптимальної та ефективної організаційної структури управління підприємства (організації);

- досягнення високого рівня кваліфікації персоналу та його інтелектуального потенціалу, належної ефективності корпоративних інновацій;

- мінімізація руйнівного впливу результатів виробничо-господарської діяльності на стан навколишнього середовища;

- якісна правова захищеність усіх аспектів діяльності підприємства (організації);

- забезпечення захисту інформаційного поля, комерційної таємниці і досягнення необхідного рівня інформаційного забезпечення функціонування всіх підрозділів підприємства та відділів організації;

- ефективна організація безпеки персоналу підприємства, його капіталу і майна, а також захищеність комерційних інтересів.

Традиційно система безпеки підприємства містить ряд таких підсистем:

1. Фінансова складова: досягнення найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів.

2. Інтелектуальна і кадрова складова: збереження і розвиток інтелектуального потенціалу підприємства; ефективне управління персоналом.

3. Техніко-економічна складова: ступінь відповідності застосовуваних на підприємстві технологій сучасним світовим аналогам щодо оптимізації витрат ресурсів.

4. Політико-правова складова: всебічне правове забезпечення діяльності підприємства, дотримання чинного законодавства.

5. Інформаційна складова: ефективне інформаційно-аналітичне забезпечення господарської діяльності підприємства (організації).

6. Екологічна складова: дотримання чинних екологічних норм, мінімізація витрат від забруднення навколишнього середовища.

7. Силова складова: забезпечення фізичної безпеки працівників фірми (перш за все керівників) і збереження її майна.

Загальна схема процесу організації економічної безпеки включає такі дії (заходи), які виконуються послідовно або одночасно:

- формування необхідних корпоративних ресурсів (капіталу, персоналу, прав, інформації, технології та устаткування);
- стратегічне планування фінансово-господарської діяльності підприємства (організації);
- загальне тактичне планування економічної безпеки за функціональними складовими;
- тактичне планування фінансово-господарської діяльності підприємства (організації);
- оперативне управління фінансово-господарської діяльності підприємства (організації);
- здійснення функціонального аналізу рівня економічної безпеки;
- загальне оцінювання досягнутого рівня економічної безпеки.

Система безпеки підприємства покликана виконувати певні функції. До найбільш важливих з них відносяться: прогнозування, виявлення, попередження, ослаблення небезпек і загроз; забезпечення захищеності діяльності підприємства і його персоналу, збереження його майна, створення сприятливого конкурентного середовища, ліквідація наслідків нанесеного збитку.

Система безпеки підприємства будується на наступних **принципах**: системність; пріоритет заходів попередження (своєчасності); безперервність; законність; плановість; ощадливість; взаємодія; об'єднання гласності і конфіденційності; компетентність.

2 Методичні підходи до конструювання аналітичних показників оцінювання рівня економічної безпеки підприємства

Від точної ідентифікації загроз, від правильного вибору вимірників їх прояву, тобто системи показників для моніторингу (їх ще називають індикаторами), залежить ступінь адекватності оцінювання економічної безпеки підприємства, реальності умов виробництва і комплекс необхідних заходів для попередження і усунення небезпеки, що відповідають масштабу і характеру загроз.

Під критерієм економічної безпеки підприємства слід розуміти характеристику (ознаку) або сукупність характеристик, на основі яких можна зробити висновок стосовно того, перебуває підприємство в стані економічної безпеки чи ні.

В економічній літературі вже робилися спроби кількісного оцінювання рівня економічної безпеки підприємства, що визначило формування кількох підходів до вирішення проблеми вибору критерію:

- *індикаторний підхід* – стан економічної безпеки підприємства визначається системою індикаторів, які представляють собою порогові

значення показників діяльності підприємства в різних функціональних сферах. Стан економічної безпеки підприємства оцінюється порівнянням фактичного і еталонного (нормативного) показників;

– *ресурсний підхід* – економічна безпека визначається на основі стану та рівня використання корпоративних ресурсів за окремими сферами використання. Корпоративними ресурсами при цьому вважаються чинники бізнесу, що сприяють досягненню цілей діяльності;

– *програмно-цільовий підхід* – оцінка економічної безпеки підприємства базується на інтеграції сукупності показників в розрізі декількох ієрархічних рівнів (використовується кластерний, багатовимірний аналіз);

– *міжфункціональних підхід* – економічна безпека підприємства визначається результатами, отриманими від співпраці всіх учасників бізнесу (прибуток або інші результати). Крім того, використовуються також зіставлення витрат на розвиток бізнесу (реінвестований прибуток) і витрат, необхідних для гарантування економічної безпеки.

Економічна наука розробила, а господарська практика випробувала загальну методологію оцінювання рівня економічної безпеки підприємства (організації). Її пропонується оцінювати на основі визначення сукупності критеріїв через зважування і підсумовування окремих функціональних критеріїв, які розраховуються за допомогою порівняння можливостей величини збитку підприємства та ефективності заходів щодо запобігання цього збитку.

Оцінювання ефективності функціонування структурних підрозділів того чи іншого суб'єкта господарювання щодо економічної безпеки здійснюється з використанням наступних показників:

- витрати на здійснення заходів;
- розмір запобігання шкоди;
- розмір завданих збитків;
- ефективність здійсненого заходу (як різниця відверненої та заподіяної шкоди, поділена на витрати на здійснення заходу).

Класифікація станів підприємства за оцінками економічної безпеки.

Залежно від специфіки підприємства і відповідно до фактичних і нормативних значень його техніко-економічних показників і величини їх відхилення від граничних значень індикаторів економічної безпеки стан підприємства можна характеризувати як:

1) **нормальний**, коли рівень індикаторів економічної безпеки перебуває в рамках граничних значень, а ступінь використання наявного потенціалу близький до технічно обґрунтованих нормативів завантаження устаткування і площ;

2) **передкризовий**, коли перевищує порогове значення хоча б одного з індикаторів економічної безпеки, а інші наблизилися до своїх порогових значень і при цьому в минулому втрачені технічні і технологічні можливості поліпшення умов і результатів виробництва через вжиття стосовно заходів попереджувального характеру;

3) **кризовий**, коли відбувається перехід порогових значень для більшості основних (на думку експертів) індикаторів економічної безпеки і з'являються ознаки необоротності зниження виробництва і часткової втрати потенціалу внаслідок вичерпання технічного ресурсу устаткування і площ, скорочення персоналу;

4) **критичний**, коли всі (або майже всі) індикатори набувають граничних значень, що розмежовує нормальний і кризовий стан розвитку виробництва, а часткова втрата потенціалу стає неминучою і невідвратною.

3 Управління економічною безпекою підприємства

Механізм забезпечення економічної безпеки підприємства – це сукупність управлінських, економічних, організаційних, правових і мотиваційних способів гармонізації інтересів підприємства з інтересами суб'єктів зовнішнього середовища, за допомогою чого з урахуванням особливостей діяльності підприємства забезпечується отримання прибутку, величина якого достатня для перебування підприємства в економічній безпеці.

Створення необхідних умов для економічної безпеки підприємства – єдиний організаційно-технічний комплекс, в процесі формування якого розробляється концепція гарантування безпеки об'єкта або політики безпеки. Її основу складає перелік обов'язкових заходів, спрямованих на вироблення плану дій щодо захисту об'єкта: визначення складу служби безпеки, її місце в організаційній структурі підприємства, сфера її компетенції, права і повноваження, варіанти дій в різних ситуаціях, щоб уникнути конфліктів між підрозділами.

Відомі чотири найбільш універсальних способів вирішення бізнес-проблем:

1) **Absolution** «стриманість» – відмова від вирішення проблеми в надії, що вона вирішиться сама;

2) **Resolution** «часткове рішення» – пом'якшення гостроти проблеми або рішення окремих протиріч;

3) **Solution** «оптимальне рішення при певних умовах» – максимальне використання всіх сил і способів для вирішення проблеми;

4) **Dissolution** «розчинення проблеми» – виявлення суперечливих інтересів і цілей усіх учасників проблеми. Пошук альтернатив для їх задоволення і створення умов, що включають виникнення нових проблем.

Методи мінімізації витрат від реалізації загроз економічній безпеці в діяльності підприємства:

1) попередження:

– стратегічне планування;

– прогнозування стану зовнішнього середовища;

- моніторинг змін в умовах ведення бізнесу;
- активний цілеспрямований маркетинг;

2) ухилення:

- відмова від ненадійних партнерів;
- відмова від ризикованих проєктів;
- розподіл ризиків між кількома партнерами;

3) локалізація:

- створення венчурних підприємств/ проєктів;
- виділення ризикованих напрямків бізнесу в автономні господарські

одиниці;

- створення системи «фільтрів» в діяльності підприємства;

4) дисипація:

- інтеграція діяльності;
- диверсифікація (збуту, поставки, інвестицій, сфер бізнесу);
- розподіл ризику в часі.

Альтернатива застосування цих методів є метод «відшкодування витрат» від реалізації ризиків господарської діяльності підприємства: створення системи резервів (самострахування, страхування господарських ризиків, пошук гарантів, передача ризиків).

Серед функціональних складових належного рівня економічної безпеки **фінансова складова** вважається провідною й вирішальною.

Схема забезпечення фінансової складової економічної безпеки підприємства включає наступні етапи:

1. Аналіз загрози негативних дій щодо політико-правової складової економічної безпеки.

2. Оцінювання поточного рівня формування фінансової складової економічної безпеки.

3. Оцінювання ефективності запобігання можливих фінансових збитків.

4. Планування заходів щодо формування фінансової складової економічної безпеки підприємства.

5. Ресурсне забезпечення здійснення заходів щодо організації фінансової складової економічної безпеки підприємства.

6. Оперативна реалізація розроблених заходів.

Таким чином, спочатку оцінюються загрози економічній безпеці, які мають політико-правовий характер і включають:

- внутрішні негативні дії (неефективне фінансове планування та управління активами; малоефективна ринкова стратегія; помилкова цінова й кадрова політика);

- зовнішні негативні дії (спекулятивні операції на ринку цінних паперів; цінова та інша форми конкуренції; лобіювання конкурентами недостатньо продуманих рішень органів влади);

- форс-мажорні обставини (стихійне лихо, страйки, військові конфлікти) та обставини, близькі до форс-мажорних (несприятливі законодавчі акти, ембарго, блокада, зміна курсу валют).

У процесі оцінювання поточного рівня формування фінансової складової економічної безпеки підлягають аналізу:

– фінансова звітність і результати роботи підприємства (організації)
– платоспроможність, фінансова незалежність, структура і використання капіталу та прибутку;

– конкурентний стан підприємства (організації) на ринку – частка ринку, якою володіє суб'єкт господарювання, рівень застосування технологій і менеджменту;

– ринок цінних паперів підприємства (організації) – оператори та інвестори цінних паперів, курси акцій і лістинг.

Важливою передумовою охорони фінансової складової економічної безпеки є планування (включаючи і бюджетне) комплексу необхідних заходів та оперативна реалізація запланованих дій у процесі здійснення тим чи іншим суб'єктом господарювання фінансово-економічної діяльності.

Інтелектуальна і кадрова складова. Належний рівень економічної безпеки великою мірою залежить від складу кадрів, їхнього інтелекту та професіоналізму.

Формування інтелектуальної та кадрової складової економічної безпеки охоплює взаємозв'язані і водночас самостійні напрями діяльності будь-якого суб'єкта господарювання:

– перший – орієнтовано на роботу з персоналом фірми, на підвищення ефективності діяльності всіх категорій персоналу;

– другий – направлено на збереження і розвиток інтелектуального потенціалу, тобто сукупності прав на інтелектуальну власність або на її використання (у тому числі патентів і ліцензій), та на поповнення знань і професійного досвіду працівників підприємства (організації).

На першому етапі процесу формування цієї складової економічної безпеки оцінюється ймовірність негативних дій і можлива шкода від них. Серед основних негативних впливів на економічну безпеку підприємства виділяють недостатню кваліфікацію працівників тих чи інших підрозділів, їхнє небажання або нездатність приносити максимальну користь своїй фірмі. Це може бути обумовлено низьким рівнем управління персоналом, браком коштів на оплату праці окремих категорій персоналу підприємства (організації) або нераціональним їх витрачанням.

Процес планування та управління персоналом, спрямований на гарантування належного рівня економічної безпеки, має охоплювати організацію системи підбору, найму, навчання і мотивації праці необхідних працівників, включаючи матеріальні та моральні стимули, престижність професій, прагнення до творчості, забезпечення соціальними благами.

Важливою ланкою встановлення нормального рівня економічної безпеки є оцінювання ефективності заходів, які здійснюються при зіставленні загальної величини витрат на запобіжні заходи і втрат, які могло б отримати підприємство.

Процес формування **техніко-технологічної складової економічної безпеки**, як правило, передбачає здійснення кількох послідовних етапів.

Перший етап охоплює аналіз ринку технологій стосовно виробництва продукції, аналогічної профілю цього підприємства або організації-проектувальника (збирання та аналіз інформації щодо особливостей технологічних процесів на підприємствах, які виготовляють аналогічну продукцію; аналіз науково-технічної інформації за новими розробками в цій галузі).

Другий етап – це аналіз конкретних технологічних процесів і пошук внутрішніх резервів поліпшення використання технологій.

На третьому етапі здійснюється: а) аналіз товарних ринків за профілем продукції, що виготовляється підприємством, та ринків товарів-замінників; б) оцінка перспектив розвитку ринків продукції підприємства; в) прогнозування можливої специфіки необхідних технологічних процесів для випуску конкурентоспроможних товарів.

На четвертому етапі розробляється технологічна стратегія розвитку підприємства (виробника продукції), що має включати:

- виявлення перспективних товарів з групи (номенклатури, асортименту), що виготовляється підприємством;

- планування комплексу технологій для виробництва перспективних товарних позицій;

- бюджетування технологічного розвитку підприємства на основі оптимізації витрат за програмою технологічного розвитку, для вибору альтернатив, випробування власних розробок або придбання патентів і необхідного устаткування на ринку;

- розробка загального плану технологічного розвитку підприємства (з відображенням у ньому вибору: альтернативного варіанта технологічного розвитку строків та обсягів фінансування; відповідальних виконавців);

- складання плану власних корпоративних інновацій відповідно до плану технологічного розвитку підприємства.

На п'ятому етапі оперативно реалізуються плани технологічного розвитку підприємства в процесі здійснення ним виробничо-господарської діяльності.

Шостий етап є завершальним, на якому аналізуються результати практичної реалізації заходів щодо формування техніко-технологічної складової економічної безпеки на основі спеціальної карти розрахунків ефективності таких заходів.

Як доповнення до плану формування техніко-технологічної складової економічної безпеки необхідно розробити планову карту розрахунку ефективності заходів з виокремленням прогнозованих необхідних показників. У таких картах відзначають: розмір можливих збитків від негативних впливів; витрати на реалізацію заходів для запобігання очікуваної (можливої) шкоди та підвищення техніко-технологічної безпеки підприємства; можливе значення окремого

функціонального критерію ефективності заходів; функціональні підрозділи підприємства (організації), які є відповідальними за реалізацію запропонованого комплексу заходів.

Загальний процес формування політико-правової складової економічної безпеки здійснюється за типовою схемою, яка охоплює такі елементи (дії) організаційно-економічного спрямування:

- аналіз загроз негативних впливів;
- оцінювання поточного рівня безпеки;
- планування комплексу заходів, спрямованих на підвищення цього рівня;
- здійснення ресурсного планування;
- планування роботи відповідних функціональних підрозділів підприємства (організації);
- оперативна реалізація запропонованого комплексу заходів щодо організації належного рівня безпеки.

Перш за все детально аналізуються загрози внутрішніх і зовнішніх негативних впливів на політико-правову складову економічної безпеки та причини їх виникнення.

Основними причинами виникнення внутрішніх негативних впливів можуть бути:

- 1) низька кваліфікація працівників юридичної служби відповідного суб'єкта господарювання та помилки у підборі персоналу цієї служби;
- 2) недостатнє фінансування юридичного забезпечення підприємницької або іншої діяльності;
- 3) небажання або нездатність підприємства (організації) активно впливати на зовнішнє політико-правове середовище його (її) діяльності.

Останнє, як правило, виявляється в слабкому правовому опрацюванні договірних відносин цього суб'єкта господарювання з іншими, невмінні захищати інтереси підприємства (організації) в конфліктних ситуаціях, неефективному плануванні юридичного забезпечення бізнесовою діяльністю.

Причини виникнення зовнішніх негативних впливів мають подвійний характер: політичний і законодавчо-правовий. До першої групи можна віднести: а) зіткнення інтересів соціальних груп (верств) населення з економічних, національних, регіональних та інших мотивів; б) військові конфлікти (дії); в) економічна і політична блокада, ембарго; г) фінансова і політична криза світового (міжнародного) характеру.

У другій групі причин виділяють: а) здійснення власних політичних та інших цілей партіями (суспільними рухами), які є при владі; б) зміна положень чинного законодавства з питань власності, господарського та трудового права, оподаткування.

Оцінювання реального стану політико-правової безпеки підприємства (організації) провадиться за кількома напрямками:

- рівень організації та якості робіт щодо формування цілей складової загального рівня економічної безпеки;

- бюджетно-ресурсне забезпечення робіт;
- ефективність діяльності відповідних підрозділів суб'єктів господарювання.

Відповідні служби підприємства (організації) виконують певні функції, які в сукупності характеризують процес створення та захисту інформаційної складової економічної безпеки. До таких відносяться:

- збір всіх видів інформації, яка стосується діяльності того чи іншого суб'єкта господарювання (інформація щодо всіх видів ринків; інформація, що характеризує політичні події й тенденції макроекономічного розвитку світової та національної економіки; корисна науково-технічна інформація);

- аналіз отриманої інформації з обов'язковим дотриманням загальноприйнятих принципів (систематизації, безперервності надходження, усебічного характеру аналітичних процесів) і методів (локальних із специфічних проблем, загальнокорпоративних) організації робіт;

- прогнозування тенденцій розвитку науково-технічних, економічних і політичних процесів на підприємстві (в організації), в країні і в світі стосовно конкретної сфери бізнесу (діяльність), а також показників, яких необхідно досягти суб'єкту господарювання (наприклад, фінансові прогнози, прогнози об'єктів виробництва і технологічного розвитку);

- оцінювання рівня економічної безпеки за всіма складовими та в цілому, розробка рекомендацій для підвищення цього рівня на конкретному суб'єкті господарювання;

- інші види діяльності з формування інформаційної складової економічної безпеки (зв'язок з громадськістю, створення сприятливого іміджу фірми, захист конфіденційної інформації).

На підприємство (в організацію) постійно надходять потоки інформації, що розрізняються за джерелами їх формування (виникнення). Прийнято виділяти: відкриту офіційну інформацію; вірогідну несекретну інформацію, отриману через неформальні контакти працівників фірми з носіями такої інформації; конфіденційну інформацію, отриману способом несанкціонованого доступу до неї.

Оперативна реалізація заходів з розробки і формування інформаційної складової економічної безпеки здійснюється послідовним виконанням певного комплексу робіт, а саме:

А. Збір різних видів необхідної інформації, що здійснюються через офіційні контакти з різноманітними джерелами відкритої інформації, неофіційні контакти з носіями закритої інформації, а також за допомогою спеціальних технічних заходів.

Б. Обробка та систематизація одержаної інформації, що провадиться відповідною службою підприємства (організації) з метою упорядкування для наступного глибшого аналізу. Для цього створюються класифікатори інформації та досье, внутрішні бази даних і каталоги.

В. Аналіз одержаної інформації, який включає всебічну обробку отриманих даних з використанням різних технічних засобів і методів аналізу. У процесі здійснення аналітичних робіт виконуються прогнозні розрахунки за всіма аспектами інформаційної діяльності та можливими варіантами зміни середовища бізнесу за допомогою різних методів моделювання.

Г. Захист інформаційного середовища підприємства (організації), що традиційно охоплює: заходи для захисту суб'єкта господарювання від промислового шпигунства з боку конкурентів або інших юридичних і фізичних осіб; технічний захист приміщень, транспорту, кореспонденції, переговорів, різної документації від несанкційного доступу заінтересованих юридичних і фізичних осіб до закритої інформації; збір інформації про потенційних ініціаторів промислового шпіонажу та проведення необхідних запобіжних дій з метою припинення таких спроб.

Д. Зовнішня інформація діяльності, котру спрямовують на створення в суспільстві сприятливого іміджу підприємства (організації) та протидію спробам завдати шкоди репутації цієї фірми через поширення про неї хибної інформації.

Проблему формування **екологічної безпеки** суспільства від суб'єктів господарювання, що здійснюють виробничо-комерційну діяльність, можна вирішити тільки через розробку і ретельне дотримання національних (міжнародних) норм максимально допустимого вмісту шкідливих речовин, які потрапляють в навколишнє середовище, а також дотримання екологічних параметрів продукції, що виготовляється. Підприємства-продуценти добровільно не будуть цього робити, бо такі заходи вимагають додаткових витрат на очисні споруди та на відповідні ефективні екологічно чисті технології. Єдиним чинником, що спонукає підприємства переходити до екологічно чистого виробництва – це відчутні штрафні санкції за порушення національного екологічного законодавства.

На основі загальних стратегічних рекомендацій, розроблених за результатами аналізу карти розрахунків ефективності здійснюваних заходів, планується комплекс заходів для формування екологічної складової економічної безпеки в майбутньому. План забезпечення екологічної складової є частиною загального плану (програми) для досягнення необхідного рівня екологічної безпеки в цілому. Він має вигляд загального логічного сценарію здійснення необхідного комплексу заходів у календарній послідовності з розрахунком ефективності практичної реалізації цих заходів.

Алгоритм процесу формування екологічної складової економічної безпеки полягає в проведенні наступній послідовності дій:

– розрахунок карти ефективності впровадження заходів для забезпечення екологічної складової безпеки на основі звітних даних про фінансово-господарську діяльність підприємства (організації);

– аналіз виконання розрахунків і розробка рекомендацій для підвищення ефективності запланованих заходів;

- розробка альтернативних сценаріїв реалізації запланованих заходів;
- вибір пріоритетного сценарію на основі порівняння розрахунків ефективності запланованих заходів;

- передача вибраного планового сценарію до складу загального плану створення надійних умов для економічної безпеки в підрозділи, які здійснюють функціональне планування фінансово-господарської діяльності підприємства (організації);

- практичне здійснення запланованих заходів у процесі діяльності відповідного суб'єкта господарювання.

Перейдемо до розгляду принципової схеми організації **силової складової економічної безпеки**. Послідовність робіт в цій сфері:

- 1) аналіз рівня організації силової складової економічної безпеки підприємства за напрямками, ресурсами, виконавцями, ефективністю витрат;

- 2) прогнозування можливих негативних впливів та очікуваних збитків від них;

- 3) розробка рекомендованих заходів і визначення їх ефективності;

- 4) планування бюджету на виконання рекомендованого комплексу заходів і розрахунок очікуваної ефективності від його реалізації;

- 5) планування підбору і спеціального навчання відповідного персоналу;

- б) оперативне планування реалізації запропонованих заходів за ресурсами і виконавцями.

Визначимо чинники, які негативно впливають на рівень силової складової економічної безпеки:

- нездатність підприємств-конкурентів досягти переваг коректними методами ринкового характеру, тобто за рахунок підвищення якості власної продукції, зниження поточних витрат на виробництво (діяльність), удосконалення маркетингових досліджень ринку;

- кримінальні мотиви одержання злочинними юридичними (фізичними) особами доходів через шантаж, шахрайство або крадіжки;

- некомерційні мотиви посягань на життя і здоров'я керівників і працівників підприємства (організації), а також на майно фірми.

Основні види дій з метою формування силової складової економічної безпеки представлені в табл. 1.

В остаточному підсумку сукупність негативних дій щодо силової складової економічної безпеки можна стисло сформулювати так:

- фізичні та моральні впливи особистого спрямування (спрямовані проти конкретної особи);

- негативні дії, спрямовані на завдання шкоди майну, включаючи загрози зменшення активів підприємства (організації) і втрати ним (нею) фінансової незалежності;

- негативний вплив на інформаційне середовище суб'єкта господарювання (так званий промисловий шпіонаж).

Таблиця 1 – Основні функції служб підприємства з метою організації силової складової його безпеки

Завдання силової складової	Функція	Підрозділ підприємства
Створення надійних умов для фізичної та моральної безпеки співробітників	охорона співробітників, збір інформації та превентивні дії з метою запобігання загрози їх безпеки	служба безпеки, інформаційно-аналітичний підрозділ
Гарантування безпеки майна і капіталів підприємства	охорона майна (будівель, споруд, устаткування, транспорту); охорона перевезень; страхування майна і ризиків; створення умов для безпеки інвестування	служба безпеки, фінансова служба
Безпека інформаційного середовища підприємства	захист від промислового шпигунства; збір інформації про зовнішнє середовище бізнесу	служба безпеки, інформаційно-аналітичний підрозділ
Забезпечення сприятливого зовнішнього середовища бізнесу	превентивні дії для запобігання загрозам; робота з громадськістю та пресою; політика лобіювання	вище керівництво фірми, служба зв'язків із громадськістю, служба безпеки

Економічні загрози державі лунають із боку так званих фіктивних підприємств (фірм). До сих пір немає єдності у визначенні змісту поняття «фіктивна фірма». В. Навроцький визначає фіктивне підприємство як укладення господарських угод без реального їх виконання (передачу товарів, надання послуг) з використанням юридичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності, створених з цією метою. Вважається також, що фіктивним визнається таке підприємство, яке займається нестатутними видами діяльності. В. Сисоєв вважає, що фіктивною фірмою визнається суб'єкт підприємництва, який не подає необхідну фінансову звітність і знаходиться не за вказаною юридичною адресою. На думку С. Третьякова, такими є ті суб'єкти підприємницької діяльності, які створені по «фіктивним даними». А. Роздайбеда пропонує вважати фіктивним підприємством суб'єкти господарювання, створені без наміру здійснювати статутну діяльність. На його думку основна ознака фіктивності – небажання власників (засновників) здійснювати підприємницьку діяльність.

Як критерій фіктивності можуть бути також використані:

- співвідношення грошового обороту підприємства з розмірами сплачених ним податків;
- обсяги відшкодування податку на додану вартість за експортними операціями (заява значних сум податкового кредиту з ПДВ);

- характеристика фінансового та промислового потенціалу;
- тривалість роботи підприємства, конкурентоспроможність, частка продукції і послуг, що надаються підприємством в певних напрямках;
- значні обороти грошових коштів на розрахунковому рахунку відразу після реєстрації підприємства;
- проведення операцій за лоро-рахунками, за зовнішньоекономічними контрактами;
- здійснення маркетингових послуг, передача програмних продуктів та інших послуг (проведення нетоварних операцій).

Використовуючи ці критерії. Можна виділити три види фіктивних фірм: «чорна», «сіра», «світла».

– **«Чорна» фіктивна фірма** (частіше її називають «квартальною»): реєстрація за загубленими паспортами, підробленими документами; мінімальний термін діяльності; відсутність бухгалтерського і податкового обліку; середній термін існування «номінальної контори» (фіктивної фірми) незначна, в залежності від її виду – від 3 місяців до 1,5 року.

– **«Сіра» фіктивна фірма** (її ще називають «транзит», «буфер»): регулярно здає звітність до податкової інспекції; веде бухгалтерський і податковий облік; надає гарантії безпеки здійснення бізнесу; отримує плату за послуги в межах 5–7% від загальної суми угоди; використовується більшістю суб'єктів господарювання для переведення в готівку грошей.

– **«Світла», або «біла», фіктивна фірма**: надає підвищені гарантії безпеки; оплата послуг до 10 %; використовується часто керівниками державних підприємств, зарубіжних представництв. Послуги «світлої» фіктивної фірми обходяться значно дорожче, оскільки в таких випадках є надійне прикриття «клієнтів» від дій правоохоронних органів.

Ще одна форма економічної безпеки – недружнє поглинання (рейдерське захоплення). Найбільш поширеними способами недружнього поглинання стали:

- консолідація (скупка) дрібних пакетів акцій;
- умисне доведення до банкрутства;
- цілеспрямоване зниження вартості підприємства і придбання його активів;
- спростування прав власності на стратегічно важливі активи (виробничо-технічний комплекс, права користування надрами);
- «перекупування» менеджерів фірми;
- злиття або приєднання підприємства аналогічного чи іншого профілю;
- купівля відділення, філії, мережі філій, збутової мережі;
- купівля пакета акцій, аж до контрольного.

Будь-який спосіб активного протистояння повинен бути побудований виходячи зі стратегії дій агресора. Тому всі дії підприємства, спрямовані на відсіч агресії, умовно можна поділити на:

- екстрений викуп акцій у міноритарних акціонерів;
- додаткове розміщення акцій за закритою підпискою;
- екстрена реструктуризація, виведення активів;

- цільовий викуп своїх акцій у агресора;
- скупка акцій або інших активів агресора з метою подальшого обміну;
- «білий лицар» – відхід під захист сильнішого гравця в порівнянні з агресором;
- «реінкорпорація» – перереєстрація підприємства в іншому регіоні;
- судові рішення або суперечки з будь-якого приводу.

4 Служба безпеки фірми (підприємства, організації)

На всіх великих і середніх підприємствах зазвичай створюють автономні служби безпеки, а безпека функціонування невеликих фірм може забезпечуватися територіальними (районними або міськими) службами, де фірма наймає одного чи кількох охоронців.

Служба безпеки будь-якої фірми постійно виконує певний комплекс завдань. Головними серед них є:

- охорона виробничо–господарської діяльності та захист відомостей, що є комерційною таємницею цієї фірми (підприємства, організації);
- організація роботи щодо правового й інженерно-технічного захисту комерційних таємниць фірми;
- запобігання необґрунтованому допуску та доступу до відомостей і робіт, які є комерційною таємницею;
- організація спеціального діловодства, яке унеможливорює несанкційне отримання відомостей, віднесених до комерційної таємниці;
- виявлення і локалізація можливих каналів витоку конфіденційної інформації в процесі звичайної діяльності і при екстремальних умовах;
- організація режиму безпеки за здійснення всіх видів діяльності, включаючи зустрічі, переговори й наради в рамках ділового співдружності фірми з іншими партнерами;
- забезпечення охорони приміщень, устаткування, офісів, продукції та технічних засобів, необхідних для виробничої або іншої діяльності;
- організація особистої безпеки керівництва та провідних менеджерів і фахівців фірми;
- оцінка маркетингових ситуацій та неправомірних дій конкурентів і замовників.

Зрозуміло, що перелік конкретних завдань щодо організації системи безпеки фірми залежить від специфіки її діяльності, може бути великим або меншим, але він завжди повинен бути достатнім і обґрунтованим.

Розглянемо типові функції служби безпеки фірми (підприємства, організації).

1. Організація і забезпечення пропускового і внутрішньооб'єктного режиму в приміщенні; порядок несення служби; контроль дотримання вимог режиму персоналом фірми і партнерами (відвідувачами).

2. Участь у розробці основоположних документів (статуту, правил внутрішнього розпорядку, договорів) з метою відображення в них вимог організації безпеки і захисту комерційної таємниці.

3. Розробка та здійснення заходів щодо забезпечення роботи з документами, що містять відомості, які є комерційною таємницею, контроль виконання вимог матеріалів інструктивного характеру.

4. Виявлення та перекриття можливих каналів витоку конфіденційної інформації, облік і аналіз порушень режиму безпеки працівниками фірми, клієнтами та конкурентами.

5. Організація і проведення службових розслідувань за фактами розголошення або втрати документів, інших порушень безпеки фірми.

6. Розробка, оновлення та поповнення переліку відомостей, які становлять комерційну таємницю та інших нормативних актів, які регламентують порядок організації безпеки та захисту інформації.

7. Забезпечення суворого виконання вимог нормативних документів з питань захисту комерційної таємниці.

8. Організація та регулярне проведення навчання працівників фірми і служби безпеки за всіма напрямками захисту комерційної таємниці.

9. Ведення обліку сейфів і металевих шаф, в яких дозволено постійне і тимчасове зберігання конфіденційних документів, а також облік і охорона спеціальних приміщень і технічних засобів в них.

10. Підтримка контактів з правоохоронними органами та службами безпеки сусідніх підприємств (організацій) в інтересах відстеження криміногенної обстановки в районі (зоні).

У нормативних документах, які визначають організацію діяльності служб безпеки фірм, використовуються конкретні об'єкти, що підлягають захисту від потенційних загроз і протиправних посягань. До них відносяться:

– персонал (керівні працівники; персонал, який володіє інформацією, яка становить комерційну таємницю фірми);

– матеріальні засоби праці та фінансові кошти (приміщення, споруди, устаткування, транспорт; валюта, цінні речі, фінансові документи);

– інформаційні ресурси з обмеженим доступом;

– засоби і системи комп'ютеризації діяльності фірми (підприємства, організації);

– технічні засоби і системи охорони та захисту матеріальних та інформаційних ресурсів.

Служба безпеки завжди повинна бути готовою до подолання критичної (кризової) ситуації, що виникла у зв'язку із зіткненням інтересів бізнесу і злочинного світу. Для управління безпекою багато фірм створюють так звані кризові групи, до складу яких входять керівник фірми, юрист, фінансист і керівник служби безпеки. Головна мета діяльності кризової групи – протидія зовнішнім загрозам для безпеки фірми.

5 Антикризова діяльність й банкрутство підприємств (організацій)

Активний вплив різних чинників зовнішнього середовища на підприємство, неузгодженість взаємодії його внутрішній складових призводить до виникнення кризи і дестабілізації діяльності цього суб'єкта господарювання і, в певних випадках, до повного його руйнування як цілісної економічної системи. Криза трактується як явище, що супроводжується суттєвими порушеннями раніше стабільних певних характеристик функціонування підприємства. Нарощування сили впливу дестабілізуючих факторів і їх активність спонукає підприємство до відповідної протидії. Така протидія в більшості випадків здійснюється в період банкрутства підприємства, а повинна бути своєчасною і мати постійний і упереджувальний характер. Тобто в рамках бізнес-процесів підприємства повинні виконуватися операції, які необхідно здійснювати до антикризової діяльності.

Таким чином, **антикризова діяльність підприємства** – це сукупність цілеспрямованих і послідовних дій менеджерів суб'єкта господарювання, спрямованих на прогнозування і виявлення кризових процесів, їх локалізацію та усунення.

Антикризова діяльність передбачає вжиття заходів щодо: своєчасного передбачення кризових проявів і попередження настання кризи; підготовки до змін з метою локалізації можливих наслідків кризи; активної, комплексної діяльності на всіх ділянках системи під час зародження кризи; обов'язковому дослідженню причин, основних факторів виникнення кризової ситуації; формування системи оцінювання ефективності проведених заходів.

Діяльність, спрямована на всіляку протидію кризовим процесам, здійснюється як на макро-, так і на мікрорівні (підприємство). На макрорівні реалізуються загальнонаціональні заходи протидії кризовим процесам на всіх підприємницьких структурах. Функціонування складових антикризової діяльності на мікрорівні усуває дію дестабілізуючих чинників на конкретному підприємстві.

Активна і постійна антикризова діяльність підприємства – об'єктивний процес, який має свою логіку, розвивається відповідно до властивих йому закономірностей і грає важливу роль в господарській діяльності підприємства, оскільки за своєю економічною природою своєчасне виявлення і локалізація кризових процесів може викликати навіть відмову від сьогочасного надмірного споживання заради збереження підприємства і отримання прибутку в майбутньому.

Цілі антикризової діяльності:

1. Розробка і реалізація превентивних антикризових заходів.
2. Розробка критеріїв і обґрунтування заходів щодо антикризової діяльності підприємства в період гострої фази кризи.

Перша мета антикризової діяльності підприємства домінує в разі функціонування підприємства при відсутності гострих кризових проявів. Вона орієнтує діяльність підрозділів фірми на формування і підтримку системи збору та зіставлення аналітичних даних про зовнішніх і внутрішніх джерелах ризику, ступеня їх впливу на стабільність підприємства, а також здатність суб'єкта господарювання адекватно керувати цими ризиками. Отримана таким чином інформація використовується фахівцями фірми для моделювання основних напрямків можливого розвитку кризи. Грунтуючись на аналізі отриманих моделей, приймають рішення по розробці та підтримці адекватної системи корпоративного управління і контролю, здатної звести дестабілізуючі фактори до мінімуму.

Найбільш важливим, з точки зору ефективного менеджменту, є своєчасне виявлення фактів розвитку стійких кризових процесів на підприємстві і реалізація необхідних компенсаційних або деструктивних щодо цих кризових проявів, заходів. Тому головним завданням при «розробленні критеріїв та обґрунтуванні заходів щодо антикризової діяльності підприємства в період гострої фази кризи» є: створення системи, здатної на підставі виділених критеріїв своєчасно сигналізувати про те, що проведені превентивні заходи є неефективними, а кризові прояви наростають; готовність в максимально стислий термін направити бізнес-процеси фірми в режим активної фази антикризового управління. Тобто завдання до цієї мети ставляться з урахуванням ситуації, коли виниклі кризові прояви не вдалося локалізувати в поточному режимі роботи підприємства.

Серед сукупності заходів антикризової діяльності підприємства виділяють такі групи:

- превентивні антикризові заходи;
- заходи, спрямовані на розробку сценаріїв розвитку кризи на підприємстві;
- дії, спрямовані на обґрунтування стратегій антикризового управління при реалізації сценаріїв локалізації кризових явищ.

При реалізації превентивних антикризових заходів здійснюється:

- формування і періодична актуалізація системи показників та індикаторів, що комплексно характеризують поточну діяльність підприємства і тенденції його розвитку на найближчу перспективу;
- визначення граничних значень показників та індикаторів розробленої системи, за яких виникає загроза стабільності діяльності фірми;
- розрахунок і періодична актуалізація відповідних показників;
- обґрунтування економічної доцільності реалізації великих проєктів для конкретного підприємства і організація оперативного моніторингу за критерієм впливу на забезпечення стабільності функціонування цієї фірми;

– проведення періодичного моніторингу кон'юнктури зовнішнього середовища, в тому числі цільових ринків підприємства для оцінки впливу виявлених тенденцій на стабільність функціонування фірми;

– проведення аналізу бізнес-процесів, що здійснюються підприємством за звітний період, з метою виявлення їх можливого негативного впливу на стабільність функціонування підприємства.

Попередження антикризової діяльності на підприємстві можлива в разі своєчасного прогнозування розвитку кризових процесів. Оскільки пов'язані між собою окремі процеси називають процедурами, то найбільш важливою складовою антикризового менеджменту підприємства є формування і виконання відповідних антикризових процедур. Здійснення процедур, спрямованих на розробку сценаріїв розвитку кризи на підприємстві, передбачає: визначення можливих напрямків розвитку кризи на підприємстві; актуалізацію сценаріїв розвитку кризи на підприємстві; обґрунтування концепції подолання кризи за кожним з можливих напрямків її розвитку.

Дані та рекомендації щодо антикризових дій повинні бути зібрані і збережені, вивчені і доведені до персоналу підприємства з метою всебічного вивчення наявного досвіду щодо ефективного вирішення антикризових завдань.

Під час антикризової діяльності здійснюються антикризові процедури і специфічне антикризове управління. Реалізація таких процедур характеризується як антикризовий процес, який включає антикризове управління та антикризове регулювання. *Антикризове управління* – це сукупність форм і методів реалізації антикризових процедур, що використовуються для конкретного підприємства, тобто це специфічна система управління підприємством, яка має на меті локалізацію або ліквідацію негативних ситуацій у розвитку підприємства засобами сучасного менеджменту і економіко-соціального моделювання.

Поняття банкрутство органічно притаманне сучасним ринковим відносинам. Супутником банкрутства завжди є неплатоспроможність, яка характеризує нездатність підприємства (організації) задовольняти вимогам кредиторів щодо оплати товарів, робіт, послуг, а також забезпечити обов'язкові платежі в бюджетні і позабюджетні фонди.

У Законі України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» під **банкрутством** розуміється визнана арбітражним судом неспроможність боржника відновити свою платоспроможність та задовольнити визнані судом вимоги кредиторів не інакше як через застосування ліквідаційної процедури. При цьому основними параметрами такого боржника є величина боргу перед кредитором (їх групою), який більше або дорівнює 300 мінімальних розмірів заробітної плати і термін прострочення повернення такого боргу, який перевищує три місяці з дати встановленого терміну їх оплати. Саме при таких параметрах неплатоспроможності боржника стосовно нього може бути порушено справу про банкрутство.

Причини банкрутств підприємств (організацій) можуть бути різні. В цілому їх можна розділити на дві групи: 1) зовнішні, які дуже складно, практично неможливо врахувати і нейтралізувати; 2) внутрішні, які безпосередньо залежать від форм і методів господарювання та організації роботи на самому підприємстві.

До **зовнішніх** причин банкрутства відносяться:

- політичні;
- соціально-економічні;
- науково-технічні;
- зовнішньоекономічні.

До **внутрішніх** причин банкрутства відносяться:

- недоліки плану стратегічного розвитку;
- нераціональна організаційна структура;
- дефіцит власних оборотних коштів;
- відсутність довгострокового інвестування;
- низька якість менеджменту;
- недосконалість механізму ціноутворення;
- збільшення дебіторської і кредиторської заборгованості;
- утримання зайвих робочих місць;
- технологічна неузгодженість процесу виробництва.

Зовнішні фактори можуть бути міжнародними та національними.

Міжнародні чинники формуються під впливом динаміки загальноекономічних показників розвитку провідних країн, стану світової фінансової системи, стабільності міжнародної торгівлі, митної політики, рівня міжнародної конкуренції, руху міжнародного капіталу. Аналіз зарубіжної практики свідчить, що в країнах з розвинутою економікою і стійкою політичною системою, як правило, 1/3 банкрутств спричиняється зовнішніми, а 2/3 – внутрішніми причинами. Очевидним є і те, що фактори банкрутства для вітчизняних підприємств є іншими, похідними від кризового стану національної економіки.

Рух до кризового стану починається з моменту виникнення кумулятивного зростання величини відхилення від тих чи інших показників, які характеризуються стан зовнішнього і внутрішнього середовища функціонування фірми, від довгострокових тенденцій динаміки цих показників. Наприклад, якщо обсяг продажу товару коливається в межах $\pm 3\%$ середньомісячної величини від середньоквартальної, то в наступному місяці ця величина буде 10% і негативна тенденція наростає, тому маємо певні симптоми кризового стану.

Розглянемо також основні симптоми банкрутства підприємства.

1. Зменшення обсягів реалізації продукції.
2. Зниження попиту на продукцію.
3. Зниження прибутковості виробництва.
4. Втрата клієнтів і покупців.
5. Збільшення обсягу неліквідних оборотних коштів.

6. Нерівномірність виробництва.
7. Низький рівень використання виробничого потенціалу.
8. Зростання витрат на виробництво і реалізацію продукції.
9. Зниження рівня продуктивності праці.
10. Скорочення кількості робочих місць.

Визнання підприємства банкрутом може мати значні негативні наслідки не тільки для його кредиторів, а для всіх суб'єктів ринкової економіки, як на мікро-, так і на макрорівні. Але споживачі в разі припинення функціонування підприємства, не отримують необхідних товарів (послуг), що може порушити ринкова рівновага. Працівники підприємства втратять стабільне джерело доходів, поповнюють ряди безробітних, що вимагатиме збільшення державних витрат на їх соціальну підтримку. Втратять джерела доходів і акціонери, пайовики, власники підприємства. Партнери банкрута втратять постачальника, або змушені будуть шукати іншого покупця на власну продукцію, що може негативно відбитися на масштабах і результативності їх господарської діяльності. Держава втрачає платника податків та обов'язкових платежів, буде мати зменшення бюджетних надходжень, макроекономічну нестабільність, посилення соціальної напруженості як в регіоні, так і в країні в цілому.

Важливу роль для розуміння сутності інституту банкрутства відіграє питання його класифікації. Зокрема, в залежності від умисності виникнення ситуації банкрутства останнє можна розділити на необережне (наслідок помилкових дій і рішень керівництва або власників, а також форм-мажорних обставин) і умисне (результат цілеспрямованих дій зацікавлених осіб). За фактичним станом організації можна виділити такі види банкрутства: реальне (пов'язане з фактичною втратою активів в результаті неефективного здійснення господарської діяльності), фактичне (результат умисних дій керівництва підприємства або його власників по виведенню і приховуванню активів, яке здійснюється за розробленим планом чи змовою) і приховане. Залежно від особи, яка подала заяву про порушення справи проти боржника, банкрутство буває добровільне (неплатоспроможні підприємство подає заяву в господарський суд з проханням порушити справу про власне банкрутство) і примусове (заява подається кредитором або їх групою).

Умови і механізм визнання юридичних осіб, які займаються підприємницької діяльності, суб'єктами банкрутства (банкрутами) і порядок задоволення претензій кредиторів визначено законодавчо.

Основні етапи порушення справи про банкрутство підприємства (організації):

1. Встановлення факту банкрутства боржника.
2. Встановлення факту безспірності вимог кредитора, який ініціює порушення справи про банкрутство.
3. Визначення майнових активів боржника.
4. Виявлення всіх можливих кредиторів.
5. Об'єднання можливого плану реструктуризації або санкцій.

6. Реструктуризація (санація), якщо така можлива.

7. Визнання боржника банкрутом, якщо реструктуризація (санація) з якихось причин неможливо.

Для успішного господарювання на ринкових засадах суттєво важливим є можливість оцінити ймовірність банкрутства суб'єктів підприємницької та іншої діяльності. В економічній теорії і практиці існує значна кількість методик оцінювання ймовірності банкрутства суб'єктів господарювання. Всі методики оцінки банкрутства можна розділити на чотири групи:

- моделі дискримінантного аналізу;
- модель аналізу коефіцієнтів;
- модель формалізованих критеріїв;
- моделі аналізу грошових потоків.

Одним їх шляхів вирішення проблеми прогнозування можливості банкрутства є використання моделей передбачення неплатоспроможності, розроблених на основі методу дискримінантного аналізу – так званій «Z-коефіцієнтів» (z-score technique) – показників ймовірності банкрутства, які широко використовуються в США, Великобританії і в інших розвинених країнах.

Альтернативним напрямком прогнозування можливості банкрутства є група моделей формалізованих критеріїв (модель Аргенті). Сутністю такого підходу є ідентифікація ступеня відповідальності стану оцінюваної фірми переліку формалізованих критеріїв (наприклад погіршення якості продукції, наявність протиріч в раді директорів, незадовільні фінансові показники), які є характерними для підприємства, яке зазнало фінансового краху.

Моделі аналізу коефіцієнтів передбачають прогнозування неплатоспроможності суб'єкта шляхом дослідження фактичних значень прийнятої сукупності найбільш важливих фінансових коефіцієнтів по підприємству і порівняння їх з еталонними рівнями цих показників. Цей підхід застосований в методиці проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану неплатоспроможних підприємств та організацій, затвердженій наказом Агентства з питань банкрутства, в моделі У. Бівера.

Своєчасно виявляти і попереджувати можливість виникнення ситуації банкрутства дозволяє метод аналізу фінансових потоків (аналізу руху грошових коштів), на основі якого вирішуються завдання з оцінювання строків та обсягів необхідних позикових коштів, оцінювання доцільності отримання кредиту. Дослідження грошових потоків полягає у визначенні та структурі надходжень грошових коштів і їх витрачання, визначення основних джерел надходження і напрямків відтоку коштів, а також зіставлення за обсягами і часу вхідних і вихідних потоків, їх збалансованості. Цей метод оцінювання ймовірності банкрутства широко використовується на Заході (розробник Дж.К. Ван Хорн), а в Німеччині, наприклад, його використання передбачено в законодавчому порядку для встановлення факту неплатоспроможності підприємства у вигляді загрози банкрутства.

Зарубіжна практика виокремлює певні етапи технологічної послідовності процесу розрахунку впорядкованої ліквідаційної вартості підприємства:

- перший – розробка календарного графіка ліквідації активів підприємства;
- другий – оцінювання реальної вартості активів з урахуванням витрат на їх ліквідацію;
- третій – розрахунок обсягів зобов'язань підприємства;
- четвертий – визначення різниці між справжньою (скоригованою) вартості активів і величиною зобов'язань підприємства.

II САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ

1 **Мале підприємництво в ринковій економіці [5]**

Економіка розвинених країн базується на історично сформованому конкурентному середовищі. Вона є складною збалансованою структурою, основою якої є великий бізнес, який охоплює потужні корпорації, компанії, фірми, доповнюється структурами середнього бізнесу, а ті, у свою чергу, густою мережею малого бізнесу, який завдяки своїй гнучкості і мобільності заповнює всі суспільні ніші і замикає господарсько-технологічні ланцюги. Корпорації утворюють скелет розвинутої економіки, а середні та малі підприємства – її м'язи.

Одне без іншого існувати не може. Якщо великі підприємства забезпечують впровадження науково-технічного прогресу, прогресивних наукомістких технологій, здійснюють широкомасштабну інвестиційну діяльність, то мале підприємництво виконує інші соціальні та економічні функції. Загальновідомо, що розвинена економіка ґрунтується на малому бізнесі, завдяки якому мільйони людей у всьому світі реально впливають на економічне життя власних країн.

Розглянемо поняття: мале підприємництво; малий бізнес; мале підприємство; підприємець (фізична особа).

1. Мале підприємництво – це самостійна, систематична, інноваційна діяльність певних суб'єктів господарювання незалежно від форми власності, на власний ризик з метою виконання місії, задоволення потреб споживача та отримання економічної вигоди.

Суб'єктами малого підприємництва є малі підприємства і фізичні особи, тобто приватні підприємці.

Особливістю малого підприємництва є діалектична єдність власності, управління і контролю в особі суб'єкта підприємницької діяльності, в основі якої лежить, як правило, приватна власність на всі складові виробництва

(надання послуг) – засоби виробництва, результати праці, а також землю. Мале підприємництво є ефективною формою реалізації приватної та колективної власності. Мале підприємництво ґрунтується переважно на особистій праці його членів, які зацікавлені в нарощуванні власності. Враховуючи внутрішні переваги малого підприємництва (потенційні можливості саморозвитку, самовдосконалення), воно стає найактивнішим, провідним, системостворюючим елементом формування і реалізації приватної власності.

2. Термін «малий бізнес» застосовується в основному в англomовних країнах, а в Японії і в країнах Західної Європи частіше вживають термін «малі і середні підприємства».

Малий бізнес є однією з форм реалізації підприємницької ініціативи. Під *малим бізнесом* розуміють діяльність будь-яких малих підприємств та окремих громадян (фізичних осіб) з метою отримання прибутку.

Економічна сутність малого бізнесу полягає в тому, що останній є особливим сектором бізнесу, пов'язаним з функціонуванням малих підприємницьких структур будь-якої форми власності і відповідної організаційно-правової форми з метою одержання прибутку. Сектор малого бізнесу існує завдяки розгалуженій системі малих підприємств.

Термін «малий бізнес» не слід ототожнювати з поняттям «мале підприємство». Поняття «малий бізнес» характеризує певний економічний процес, а малі підприємства є реальними суб'єктами підприємницької діяльності і визначають лише кількісні їх параметри.

3. Термін «мале підприємство» – поняття відносне і характеризує тільки величину підприємства.

Малі підприємства – це організаційно-економічний вид підприємств, що визначаються за певними ознаками (показниками). В Україні малим (незалежно від форми власності) називаються підприємства, в яких середньооблікова чисельність працівників за звітний (фінансовий) рік не перевищує п'ятдесяти осіб, а обсяг виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) за цей період не перевищує сімдесяти мільйонів гривень.

У різних країнах використовують різні класифікаційні ознаки (критерії) віднесення підприємств до категорії малих. В цілому в світовій практиці сформувалися три основні підходи до визначення малого підприємства – кількісний, якісний і комбінований.

4. До суб'єктів малого підприємництва відносять також *підприємці – фізичні особи* – це громадяни, які здійснюють систематичну (зареєстровану) підприємницьку діяльність без статусу юридичної особи. Таких суб'єктів малого бізнесу відносять до особливої категорії – так званого дрібного підприємництва. Їхній економічний інтерес – одержання прибутку – реалізується через виробництво і продаж продукції, надання послуг, виконання робіт. У процесі своєї діяльності вони вступають у спільні ділові відносини з клієнтами, а також з іншими суб'єктами ринкової економіки.

Мале підприємництво має свої переваги і недоліки.

До *переваг малого підприємництва* належать:

– швидка адаптація до місцевих умов;

- незалежність дій;
- оперативність у прийнятті та виконанні прийнятих рішень;
- відносно невеликі витрати на управління діяльністю;
- великі можливості для реалізації ідей;
- менша потреба в капіталі;
- можливість швидко проводити зміни у виробництві відповідно до потреб ринку;
- висока оборотність власного капіталу.

Отже, малий бізнес характеризується багатьма перевагами в порівнянні з великими підприємствами, які мають значний бюрократичний адміністративний апарат. Це зумовлено тим, що специфіка роботи малих фірм забезпечує їм краще знання своїх постійних клієнтів, яких значно менше, ніж у середніх і великих за масштабами підприємств. Завдяки невеликому розміру і меншій кількості клієнтів, малі підприємства швидше реагують на зміну попиту на ринку і можуть більш гнучкіше й оперативніше керувати своїм бізнесом.

Поряд із перевагами малому бізнесу притаманні й певні недоліки. *Недоліками малого підприємництва є:*

- обмеженість фінансових ресурсів;
- висока залежність від ринкової кон'юнктури;
- нестабільність доходів;
- обмежена частка ринку;
- висока вразливість до несприятливих економічних факторів (інфляції, циклічних коливань, податкового тиску тощо);
- високий рівень ризику втрати власного капіталу та майна;
- залежність від великих компаній;
- труднощі в одержанні додаткових фінансових коштів;
- труднощі найму кваліфікованого персоналу;
- висока частка керівників з низькою компетентністю;
- значні фізичні та психологічні навантаження.

Світовий досвід свідчить про те, що сектор малого підприємництва є невід'ємною і найбільш динамічною складовою в структурі суспільного виробництва в країнах з ринковою економікою.

Таким чином, роль малого підприємництва в житті суспільства полягає в тому, що воно є провідним сектором і найменш бюджетомістким засобом ринкової економіки; утворює основу дрібнотоварного виробництва; впливає на темпи економічного розвитку, структуру та якісну характеристику ВВП; здійснює структурну перебудову економіки, швидко окупність витрат; забезпечує насичення ринку товарами, продуктами та послугами, реалізацію інновацій; створює додаткові робочі місця; характеризується високою мобільністю, раціональними формами управління; формує новий соціальний прошарок – «середній клас»; сприяє ослабленню монополізму, розвитку конкуренції; виступає інструментом вирішення соціальних проблем. В цілому слід зазначити, що підприємництво – необхідна умова соціально-економічних перетворень і досягнення економічного успіху.

ЗАВДАННЯ

Віднесіть перелічені фактори до переваг або до недоліків малого бізнесу:

1. П висока оборотність власного капіталу;
2. П швидка адаптація до місцевих умов;
3. Н труднощі найму кваліфікованого персоналу;
4. Н труднощі в одержанні додаткових фінансових коштів;
5. П оперативність у прийнятті та виконанні прийнятих рішень;
6. Н висока вразливість до несприятливих економічних факторів (інфляції, циклічних коливань, податкового тиску тощо);
7. П відносно невеликі витрати на управління діяльністю;
8. Н високий рівень ризику втрати власного капіталу та майна;
9. Н нестабільність доходів;
10. П менша потреба в капіталі;
11. П великі можливості для реалізації ідей;
12. Н висока залежність від ринкової кон'юнктури.

Переваги малого бізнесу	Недоліки малого бізнесу

Установіть відповідність понять:

Поняття	Зміст
1. Мале підприємництво	А. Підприємства, в яких середньооблікова чисельність працівників за звітний (фінансовий) рік не перевищує п'ятдесяти осіб, а обсяг виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) за цей період не перевищує сімдесяти мільйонів гривень.
2. Малий бізнесом	Б. Громадяни, які здійснюють систематичну (зареєстровану) підприємницьку діяльність без статусу юридичної особи.
3. Мале підприємство	В. Діяльність будь-яких малих підприємств та окремих громадян (фізичних осіб) з метою отримання прибутку. Особливий сектор бізнесу, пов'язаний з функціонуванням малих підприємницьких структур будь-якої форми власності і відповідної організаційно-правової форми з метою одержання прибутку.
4. Суб'єкти малого підприємництва (підприємці, фізичні особи)	Г. Самостійна, систематична, інноваційна діяльність суб'єктів господарювання незалежно від форми власності, на власний ризик з метою виконання місії, задоволення потреб споживача та отримання економічної вигоди.

2 Підприємець як визначальна особистість в бізнесі [5]

Необхідною передумовою започаткування та здійснення підприємництва є наявність самих підприємців. Постать підприємця, як основного суб'єкта ринкових відносин, є ключовою в конструкції ринку.

Багато хто вважає, що єдиною метою підприємця є отримання прибутку, проте це не так. Справді, кінцевою метою діяльності підприємця є забезпечення прибутковості діяльності шляхом раціональної організації праці та використання ресурсів. Діяльність підприємця спрямована на створення умов задля успішного функціонування його бізнесу, виходячи з того, що прибуток не є причиною здійснення підприємницької діяльності, а є лише результатом її успішного розвитку.

Збіг понять «власник» («господар») і «підприємець характерний, передусім, для малого, середнього і так званого дрібного підприємництва. У великому виробництві, як правило, відбувається диференціація власника і підприємця. Керівник підприємства, виконуючи підприємницькі функції, може не бути власником, наприклад, в разі акціонерної форми підприємства. Отже, підприємець завжди є власником певного капіталу і водночас якоюсь мірою менеджером. Разом із тим ототожнювати підприємця з менеджером не слід – їхня функціональна суть різна. З одного боку, підприємництво ширше управлінської діяльності, а з іншого – ефективно управління під силу не кожному підприємцю.

Підприємця серед інших людей вирізняють три особливості: 1) прагнення до незалежності; 2) посилене бажання досягти мрії; 3) схильність до ризику.

Підприємці продукують, поставляють і просувають на ринок нові товари або послуги, знаходять нові ресурси або по-новому використовують старі, прагнуть не тільки організувати виробництво, а й підвищити його ефективність. Вони здатні нести відповідальність за помилки, так само як і отримувати винагороду в разі успіху. Чимало підприємців неодноразово зазнавали краху, перш ніж досягти успіху. Притаманна їм сила духу допомагала розпочинати все спочатку.

Отже, **підприємці** – це люди, які беруть на себе ініціативу залучення ресурсів у єдиний процес виробництва, керують підприємством, запроваджують у виробництво нові технології й беруть на себе ризик організації справи з метою отримати в перспективі додатковий дохід. Цей дохід є результатом реалізації виняткових здібностей підприємця раціонально поєднувати фактори виробництва, ґрунтуючись на інноваційному ризикованому підході. Підприємець використовує у виробництві новітню техніку й технологію, по-новому організовує працю, по-іншому керує підлеглими. Внаслідок цього індивідуальні витрати виробництва у підприємця нижче від суспільних, на основі яких установлюється ринкова ціна.

Отже, необхідно розуміти, що успіх будь-якої підприємницької діяльності в більшості випадків залежить від здібностей і таланту людини, яка цією діяльністю займається.

На думку японських вчених, підприємцю притаманні такі якості::

- постійна готовність до господарського ризику;
- орієнтація у бізнесовій діяльності на максимальну ефективність виробництва і високу якість товарів;
- рішучість та цілеспрямованість у своїй діяльності;
- намагання бути всебічно поінформованим щодо обраного напрямку бізнесу;
- планомірність і чіткість у роботі, реалізації стратегій і тактичних рішень;
- здатність переконувати партнерів і встановлювати необхідні господарські зв'язки;
- незалежність і впевненість у собі, віра у правильність вибору виду підприємницької діяльності;
- уміння протистояти будь-якому натиску ззовні, шантажу та іншим протиправним діям;
- готовність до пошуку нових можливостей, а також ініціативність у власній справі;
- наполегливість у досягненні поставленої мети.

Підприємець має виконувати соціальну функцію, його діяльність необхідна суспільству. Крім того, діяльність підприємця є ефективною і корисною. По-перше, він особисто зацікавлений у своїй справі, тому використовує свої знання і досвід для розширення масштабів власного бізнесу і завдяки цьому має більше шансів досягти успіху. По-друге, він може швидше і з меншими зусиллями задовольнити суспільні потреби і ринковий попит, оскільки завжди намагається спрогнозувати ці явища ще на стадії формування і завдяки цьому отримати певну вигоду раніше за своїх конкурентів. По-третє, діяльність підприємця сприяє тому, що задоволення ринкового попиту здійснюється з меншими втратами для суспільства.

Справжнє підприємництво – це організація виробництва, а вже потім заробляння грошей, накопичення стартового капіталу. У цьому випадку формула бізнесу матиме такий вигляд: гроші (капітал) – виробництво – товар – більше грошей. Це означає, що у бізнесі не можна продукувати гроші з нічого, підприємництво є наслідком кропіткої праці зі створення підприємства (фірми) і організації виробництва товарів для ринку.

Підприємцем повинна бути професійно підготовлена людина, а для цього необхідно постійно вчитися і набиратися практичного досвіду. За даними розвинених країн можна ствердити, що держава стає багатшою, якщо 5–7 % її активного населення має нахили до підприємництва.

ЗАВДАННЯ

Знайдіть вірну відповідь: «особа, яка беруть на себе ініціативу залучення ресурсів у єдиний процес виробництва, керує підприємством, запроваджує у виробництво нові технології й бере на себе ризик організації справи з метою отримати в перспективі додатковий дохід – це:

1. працівник підприємства;
2. підприємець;
3. функціонер;

Які з рис притаманні підприємцю:

1. рішучість та цілеспрямованість у своїй діяльності;
2. намагання створити потужній трудовий колектив;
3. намагання бути всебічно поінформованим щодо обраного напрямку бізнесу;
4. орієнтація у бізнесовій діяльності на максимальну ефективність виробництва;
5. прагнення до охоплення якомогабільшого сегменту ринку;
6. здатність переконувати партнерів і встановлювати необхідні господарські зв'язки;
7. примушення колег до праці у понаднормований час;
8. готовність до пошуку нових можливостей, а також ініціативність у власній справі;

Знайдіть вірне обґрунтування того, що діяльність підприємців є ефективною і корисною:

1. підприємець особисто зацікавлений у своїй справі;
2. підприємець примножує свою статки;
3. підприємець використовує свої знання і досвід для розширення масштабів власного бізнесу;
4. підприємець завжди намагається спрогнозувати суспільні потреби і ринковий попит і завдяки цьому отримати певну вигоду раніше за своїх конкурентів;
5. підприємець вчить своїх дітей закордоном;
6. підприємець задовольняє ринковий попит з меншими втратами для суспільства;

3 Правові засади функціонування підприємств [5]

Правові засади функціонування підприємства – це сукупність законодавчих, нормативних, директивних та інших документів, що регулюють права та обов'язки підприємства, які реалізуються ним у

процесі своєї діяльності. Правові засади повинні забезпечувати безперешкодне та ефективне функціонування підприємницьких структур у ринковій економіці, створювати юридичну базу, гарантувати перспективність, захищеність і стабільність бізнесу.

Права та обов'язки підприємства формалізовані у різних документах правового регулювання, нормах цивільного, фінансово-кредитного, податкового, адміністративного, трудового та інших галузей чинного законодавства.

Документи правового регулювання діяльності підприємства поділяться на наступні групи:

- зовнішні та внутрішні;
- директивні та індикативні;
- нормативні;
- організаційно-розпорядчі;
- консультативні;
- інформаційні.

Зовнішні документи – це сукупність законодавчих, нормативних та директивних актів, що регламентують основні відносини між підприємством і державою, підприємством та іншими юридичними і фізичними особами.

Внутрішні документи – це сукупність документів внутрішнього характеру, що розробляються самим підприємством для внутрішнього користування.

Директивні документи – це сукупність актів обов'язкового характеру, невиконання яких карається як на державному, так і на регіональному або галузевому рівні. Директивні документи розробляються вищими керівними органами та доводяться до всіх зацікавлених осіб централізовано.

Індикативні документи – це сукупність документів рекомендаційного характеру, виконання яких не є обов'язковим. В основному ці документи відображають бажані норми господарського життя підприємств.

Нормативні акти – документи, що відображають обов'язкові норми поведінки працівників підприємства, учасників добровільних об'єднань, максимально допустимі межі витрат ресурсів тощо.

Організаційно-розпорядчі документи – це в основному документи внутрішнього характеру, що містять накази керівництва.

Консультативні документи – документи, що розробляються з метою надання допомоги працівникам різних рівнів у вирішенні проблем поточної та перспективної діяльності. Вони можуть розроблятися консалтинговими фірмами чи залученими фахівцями.

Інформаційні документи – це сукупність документів довідкового характеру, основною метою яких є інформування відповідальних осіб з того чи іншого питання.

Залежно від статусу документи правового регулювання діяльності підприємств діляться на наступні групи:

1. Загальнодержавні документи (Конституція України, Кодекси).
2. Законодавчі акти (закони, укази, постанови та розпорядження Верховної Ради і Президента України).
3. Правові документи міністерств і відомств.
4. Документи правового регулювання діяльності підприємств загального характеру (статут підприємства, колективний договір).
5. Документи внутрішнього регулювання.

Конституція України є основним законом держави. Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України від 28 червня 1996 року, вона складається з таких розділів: преамбула, загальні засади, права, свободи та обов'язки людини і громадянина; вибори, референдум; Верховна Рада України; Президент України; Кабінет міністрів України; інші органи виконавчої влади; прокуратура; правосуддя; територіальний устрій України; Автономна Республіка Крим; місцеве самоврядування; Конституційний Суд України; внесення змін до Конституції; прикінцеві положення; перехідні положення.

Господарський кодекс України (16 січня 2003 № 436-IV) встановлює відповідно до Конституції України правові засади господарської діяльності (господарювання), яка базується на різноманітності суб'єктів господарювання різних форм власності. Господарський кодекс України повинен забезпечити зростання ділової активності суб'єктів господарювання, розвиток підприємництва і на цій основі підвищення ефективності суспільного виробництва, його соціальну спрямованість відповідно до вимог Конституції України, утвердити суспільний господарський порядок в економічній системі держави, сприяти її гармонізації з іншими економічними системами.

Розділи Господарського кодексу України регламентують засади здійснення господарської діяльності, встановлюють правову характеристику суб'єктів господарювання, зокрема, визначають види та організаційно-правові форми підприємств, особливості створення та функціонування їх об'єднань, регулюють майнові основи господарювання, містять юридичні норми здійснення зовнішньоекономічної діяльності тощо.

Статут підприємства – це юридичний документ, яким оформлюється утворення організацій та підприємств, визначається їх структура, функції та правове становище. Статути після їх затвердження підлягають обов'язковій реєстрації в органах державної реєстрації. У статуті визначається точна назва підприємства або організації; назва підприємства або організації, якій створене підприємство підпорядковується; найменування продукції та робіт, що виконує підприємство; юридичні права та відповідальність підприємства; розмір статутного фонду; права та обов'язки керівництва підприємства; порядок звітності про діяльність підприємства; порядок реорганізації та ліквідації підприємства.

У господарській практиці нема єдиних вимог до структури статуту. В основному він містить такі розділи: 1) загальні положення; 2) завдання і функції підприємства; 3) виробничо-господарська діяльність; 4) майно підприємства; 5) управління підприємством (права та обов'язки зборів, конференції та дирекції; порядок передачі повноважень); 6) організація та оплата праці; 7) звітність і контроль діяльності; 8) зовнішньоекономічна діяльність; 9) внесення змін і доповнень до статуту; 10) реорганізація та припинення діяльності підприємства.

Колективний договір – це угода між трудовим колективом в особі профспілки та адміністрацією (власником чи уповноваженим ним органом), що укладається (уточнюється) щорічно і не може суперечити чинному законодавству України.

Колективним договором регулюються виробничі, трудові та економічні відносини трудового колективу з адміністрацією (власником) будь-якого підприємства, яке використовує найману працю. Колективний договір складається зі вступної частини, що знайомить трудовий колектив із напрямками розвитку та вдосконалення виробництва (діяльності), умов праці і соціально-культурного забезпечення працівників, а також кілька розділів із конкретними зобов'язаннями адміністрації і основними напрямками діяльності колективу. У колективний договір включаються зобов'язання щодо поліпшення умов праці та стану довкілля; заходи для забезпечення зростання продуктивності праці та її оплати, професійної підготовки та підвищення кваліфікації кадрів, соціального захисту працівників підприємства. Колективний договір містить окремий розділ, що визначає порядок участі працівників у використанні прибутку підприємства, якщо це передбачено статутом.

ЗАВДАННЯ

Встановіть відповідність виду і змісту документу правового регулювання діяльності підприємства.

Вид документу	Зміст документу
1. Зовнішні	А. Документи рекомендаційного характеру, виконання яких не є обов'язковим. В основному ці документи відображають бажані норми господарського життя підприємств.
2. Внутрішні	Б. Документи внутрішнього характеру, що містять накази керівництва.
3. Директивні	В. Сукупність законодавчих, нормативних та директивних актів, що регламентують основні відносини між підприємством і державою, підприємством та іншими юридичними і фізичними особами.

4. Індикативні	Г. Документи довідкового характеру, основною метою яких є інформування відповідальних осіб з того чи іншого питання.
5. Нормативні	Д. Документи, що розробляються з метою надання допомоги працівникам різних рівнів у вирішенні проблем поточної та перспективної діяльності. Вони можуть розроблятися консалтинговими фірмами чи залученими фахівцями.
6. Організаційно-розпорядчі	Е. Документи внутрішнього характеру, що розробляються самим підприємством для внутрішнього користування.
7. Консультативні	Ж. Документи, що відображають обов'язкові норми поведінки працівників підприємства, учасників добровільних об'єднань, максимально допустимі межі витрат ресурсів тощо.
8. Інформаційні	З. Сукупність актів обов'язкового характеру, невиконання яких карається як на державному, так і на регіональному або галузевому рівні. Ці документи розробляються вищими керівними органами та доводяться до всіх зацікавлених осіб централізовано.

4 Організаційно-правові форми підприємств [5]

Будь-яка підприємницька діяльність здійснюється в рамках певної організаційної форми.

Організаційно-господарською одиницею бізнесу є підприємство (компанія, фірма, організація, установа тощо) – це загальна назва будь-якого суб'єкта господарювання.

Крім назви підприємству необхідно вибрати організаційно-правову форму своєї діяльності, тобто зафіксувати нормами права єдність організаційних та економічних засад діяльності суб'єкта господарювання.

Організаційно-правові форми підприємства – це система норм, які визначають:

- по-перше, відносини цього підприємства з державою, іншими фізичними та юридичними особами;
- по-друге, відносини між партнерами (власниками) цього підприємства.

Ознаки, що визначають різні організаційно-правові форми підприємств, можуть бути:

– місія, цілі, які ставить перед собою підприємець (група підприємців), і шляхи їх досягнення в певному соціально-економічному середовищі;

– чисельність учасників створеного суб'єкта господарювання;

– спосіб формування стартового капіталу;

– джерела майна як матеріальної основи господарської діяльності;

– межі майнової (матеріальної) відповідальності;

– методи здійснення виробничо-господарської діяльності;

– організаційна структура та методи управління підприємством;

– спосіб розподілу прибутку та збитків;

– законодавча і нормативно-технічна база, яка регламентує створення, функціонування та ліквідацію діяльності суб'єкта господарювання.

Прийняття рішення про вибір організаційно-правової форми підприємства залежить від наступних **факторів**:

– відповідальність (необмежена, обмежена, необмежена одних та обмежена решти засновників);

– оподаткування (податки фізичних, юридичних осіб, подвійне оподаткування);

– потреба у фінансових коштах (власних, позикових);

– можливість зростання (передбачувана тривалість функціонування фірми);

– управлінські здібності підприємця (команди менеджерів фірми);

– можливість зміни власника (залучення до бізнесу третіх осіб);

– оперативність управління (швидкість реагування на зміни зовнішнього середовища функціонування компанії);

– труднощі у разі ліквідації (складність адміністративних процедур у разі припинення бізнесу).

З урахуванням всіх цих факторів підприємець поступово приймає рішення за наступними напрямками:

1) визначення достатнього рівня й обсягу необхідних прав і обов'язків залежно від поставлених цілей і завдань, а також місії підприємства;

2) вибір процедури та способу створення статутного фонду нового підприємства (організації);

3) обґрунтування організаційної структури підприємства та формування системи управління створеним бізнесом;

4) узгодження обраних напрямів із господарським законодавством.

Світовий досвід визначає три класичні форми організації та функціонування бізнесу: одноосібне володіння, партнерство (господарське товариство), корпорація.

Одноосібне володіння – це така організаційна форма, за якої власником бізнесу є фізична особа або сім'я. Одноосібне володіння пов'язано з індивідуальною підприємницькою діяльністю, яка здійснюється від свого імені, на власний ризик і спрямована на отримання певного прибутку. Тобто при виборі цієї організаційної форми

підприємець несе повну, необмежену відповідальність за результати діяльності і водночас є власником усього прибутку від свого бізнесу.

Переваги одноосібного володіння бізнесом:

- простота заснування і припинення (ліквідації) бізнесу;
- невеликі витрати на заснування та реєстрацію;
- спрощена схема оподаткування;
- повна самостійність, незалежність та оперативність підприємницьких дій;
- високий рівень мотивації до ефективного ведення бізнесу;
- конфіденційність бізнесу, гарантоване збереження комерційних таємниць бізнесу.

Недоліки одноосібного володіння:

- складність отримання великих за обсягом кредитів і інвестицій;
- повна відповідальність за зобов'язаннями, що виникають у процесі підприємницької діяльності;
- низький рівень спеціальних знань у різних питаннях управління та господарської діяльності (відсутність спеціалізованого менеджменту);
- невизначеність термінів функціонування бізнесу;
- значні фізичні та психологічні навантаження.

Партнерство (господарське товариство) – це підприємство, створене на засадах угоди про об'єднання майна та фінансових ресурсів двох або більше окремих фізичних чи юридичних осіб за умови розподілу ризику, прибутку, збитків на основі рівності, спільного контролю за результатами діяльності та безпосередньої участі у здійсненні діяльності.

Переваги партнерства (господарського товариства):

- фінансова незалежність і збільшення фінансових можливостей у виробничій і комерційній діяльності за рахунок об'єднання капіталу кількох партнерів;
- можливість отримання значних за обсягами банківських кредитів;
- свобода та оперативність господарської діяльності;
- зростання ефективності функціонування бізнесу за рахунок спеціалізації партнерів на окремих аспектах управління та господарської діяльності;
- можливість залучення до управління господарським товариством професійних менеджерів.

Недоліки партнерства (господарського товариства):

- необхідність спільної відповідальності за збитки господарського товариства;
- загроза можливого банкрутства в разі неефективних дій, професійної некомпетентності одного з партнерів;
- можливість особистих конфліктів і неузгодженості у діях партнерів;
- складність в процесі розподілу прибутку;
- складність адміністративних процедур у випадку припинення чи ліквідації бізнесу.

Корпорація – це форма організації бізнесу, коли власниками компанії є акціонери (пайовики), які відповідають за її зобов'язаннями тільки в межах капіталу, інвестованого в акції (паї) корпорації. Тобто корпорація є юридичною особою, яка самостійно, окремо від власників, здійснює певний вид бізнесу.

Корпорація (акціонерне товариство) – це підприємство, власниками якого є акціонери, що мають обмежену відповідальність у розмірі свого внеску в акціонерний капітал, і розпоряджаються прибутком.

Фінансова зацікавленість акціонерів від інвестування в корпорацію полягає в отриманні дивідендів із її прибутку. Особливістю корпорацій є поділ функцій, власності, контролю та управління між акціонерами і найманими менеджерами. Слід зазначити, що в Україні зазначеним вище характеристикам відповідає акціонерне товариство, а корпорацією називають вид об'єднання підприємств.

До переваг корпорацій відносять:

- широкі можливості залучення капіталу для здійснення діяльності (реальна можливість залучення необхідних інвестицій);
- можливість мобілізації фінансових ресурсів як за рахунок банківських кредитів, так і за рахунок інструментів фондового ринку (цінних паперів);
- можливість постійного нарощування обсягів виробництва (розвитку господарської діяльності);
- існування тільки обмеженої відповідальності акціонерів;
- невисокий ризик збитків акціонерів, що може бути компенсований за рахунок вкладення капіталу в акції інших корпорацій;
- чітка орієнтація на довгострокове функціонування бізнесу;
- можливість швидкої зміни існуючих і залучення нових власників на основі простої процедури купівлі-продажу акцій.

До недоліків корпорацій відносять:

- складність розподілу окремих функцій контролю та управління між акціонерами і менеджерами корпорації;
- високий рівень податків і застосування процедури подвійного оподаткування прибутку корпорації та дивідендів акціонерів;
- значні установчі витрати;
- конфліктність інтересів між окремими групами акціонерів;
- існування постійної можливості посадових осіб впливати на діяльність корпорації у власних інтересах.

Залежно від правового положення суб'єктів, підприємницька діяльність в Україні може здійснюватися як:

1. Індивідуальне підприємництво фізичних осіб.
2. Підприємництво юридичних осіб.

Індивідуальна підприємницька діяльність фізичних осіб без створення юридичної особи є найпростіших формою підприємництва. Вона здійснюється фізичною особою від свого імені, за власною ініціативою та на свій ризик. Індивідуальна підприємницька діяльність

фізичних осіб історично та логічно передує формуванню та розвитку складних форм підприємництва. До суб'єктів індивідуального підприємництва належать фізичні особи – підприємці, які пройшли державну реєстрацію підприємницької діяльності.

Підприємницька діяльність зі створенням юридичної особи може здійснюватися у різних організаційно-правових формах.

Державна реєстрація нових суб'єктів господарювання в Україні згідно з Державним класифікатором сьогодні здійснюється в основних організаційно-правових формах, наведених в табл. 1.

Таблиця 1 – Організаційно-правові форми суб'єктів господарювання в Україні

Форма суб'єкта господарювання	Коротка характеристика
Підприємства	
Приватне підприємство	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
Державне підприємство	підприємство, що діє на основі державної власності
Казенне підприємство	підприємство, створене за рішенням Кабінету Міністрів України. У рішенні про створення казенного підприємства визначається обсяг і характер основної діяльності підприємства, а також орган, до сфери управління якого входить створюване підприємство. Реорганізація і ліквідація казенного підприємства проводиться на підставі рішення органу, до компетенції якого належить створення цього підприємства
Комунальне підприємство	підприємство, що діє на основі комунальної власності територіальної громади
Дочірнє підприємство	підприємство, єдиним засновником якого є інше підприємство
Іноземне підприємство	унітарне або корпоративне підприємство, створене за законодавством України, що діє виключно на основі власності іноземців або іноземних юридичних осіб, або діюче підприємство, придбане повністю у власність цих осіб. Іноземні підприємства не можуть створюватись у галузях, визначених законодавством такими, що мають стратегічне значення для безпеки держави

Підприємство об'єднання громадян	унітарне підприємство, засноване на власності об'єднання громадян, для здійснення господарської діяльності з метою виконання їх статутних завдань. Засновником такого підприємства є відповідне об'єднання громадян, що має статус юридичної особи, а також їх об'єднання (спілки) у разі, якщо їх статутом передбачено право заснування підприємства
Підприємство споживчої кооперації	унітарне або корпоративне підприємство, створене споживчим товариством (товариствами) або спілкою (об'єднанням) споживчих товариств з метою здійснення статутних цілей цих товариств, спілок (об'єднань)
Господарські товариства	
Акціонерне товариство	товариство, яке має статутний фонд, поділений на визначену кількість акцій однакової номінальної вартості, несе відповідальність за зобов'язаннями тільки майном товариства
Публічне акціонерне товариство	вид акціонерного товариства, акції якого можуть розповсюджуватися шляхом відкритої підписки та купівлі-продажу на біржах
Приватне акціонерне товариство	вид акціонерного товариства, акції якого розподіляються між засновниками і не можуть розповсюджуватися шляхом підписки, купуватися та продаватися на біржах
Державна акціонерна компанія (товариство)	акціонерне товариство, державна частка у статутному фонді якого перевищує п'ятдесят відсотків чи становить величину, яка забезпечує державі право вирішального впливу на господарську діяльність цієї компанії
Товариство з обмеженою відповідальністю	господарське товариство, що має статутний фонд, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами, і несе відповідальність за своїми зобов'язаннями лише своїм майном
Товариство з додатковою відповідальністю	Товариство, статутний фонд якого поділено на частки, розмір яких визначений установчими документами. Учасники такого господарського товариства відповідають за його боргами своїми внесками до статутного фонду, а за недостатністю цих сум – додатково належним їм майном в розмірі, кратному розмірі до внеску кожного учасника
Повне товариство	товариство, всі учасники якого займаються спільною підприємницькою діяльністю і несуть солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном

Командитне товариство	товариство, в якому разом з одним або кількома учасниками, які здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном, є один або кілька учасників, відповідальність яких обмежується вкладом у майні товариства
Кооперативи	
Виробничий кооператив	кооператив, який утворюється шляхом об'єднання фізичних осіб для спільної виробничої або іншої господарської діяльності з метою отримання прибутку на засадах їх обов'язкової трудової участі та об'єднання майнових пайових внесків, участі в управлінні підприємством та розподілу доходу між членами кооперативу відповідно до їх участі у діяльності
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

У господарській практиці виділяють гібридні організаційні форми бізнесу, які поєднують переваги основних (класичних) форм. До них належить, зокрема, франчайзинг.

Франчайзинг – угода, відповідно до якою виробник або одноосібний розповсюджувач продукту або послуги, захищених торговою маркою, дає ексклюзивні права щодо поширення на певній території своєї продукції незалежним роздрібним торговцям в обмін на одержання від них платежів – роялті.

Франчайзинг як гібридна форма господарської діяльності поєднує елементи ліцензійних угод на право володіння товарним знаком та дистриб'юторських угод, які пов'язані з виключним правом на реалізацію товарів і послуг на договірній основі.

Суть франчайзингу, як особливої форми господарювання, полягає у такому: незалежна крупна компанія (франчайзер), яка виготовляє продукції (надає послуги), передає право використовувати свій товарний знак іншому підприємству (франчайзі) в обмін на зобов'язання виготовляти або продавати продукцію цієї незалежної фірми (надавати такі точно послуги). Співробітництво між франчайзером і франчайзою відбувається на основі укладеного договору (франшизної угоди), в результаті якої франчайзер надає право франчайзі використовувати товарний знак, знак обслуговування, вивіску і особливості технології шляхом чітко визначеного способу експлуатації і під відповідним контролем.

Розрізняють три основні види франчайзингу.

Товарний (торговельний) франчайзинг, який передбачає взаємовідносини сторін франчайзингу в сфері торгівлі. У цьому випадку франчайзер передає франчайзі ексклюзивне право на реалізацію під торговим знаком франчайзера його продукції на певній території.

Виробничий франчайзинг передбачає відносини, які надають право франчайзі на виробництво та збут під торговим знаком франчайзера продукції з використанням сировини, матеріалів та технологій, які поставляються франчайзером.

Діловий франчайзинг передбачає взаємини у сфері обслуговування, навчання і громадського харчування, коли франчайза створює і розвиває бізнес на основі моделі та за участі франчайзера, з використанням його технологій, ноу-хау, товарного знака та набутого досвіду.

Швидке зростання ролі інформаційних технологій, використання Інтернету, розширення і розвиток засобів телекомунікації зумовили появу такої сучасної організаційної форми ведення бізнесу, як віртуальне підприємство.

Віртуальне підприємство – це спільнота територіально роз'єднаних фірм чи співробітників, які обмінюються продуктами праці і спілкуються виключно через електронні засоби за мінімального або взагалі відсутнього особистого контакту. По суті віртуальне підприємство – це нова форма економічної організації суб'єктів господарювання, які об'єднують свої зусилля для надання певної послуги, що традиційно надавалась одним підприємством (рис.1).



Рисунок 1 – Структура віртуального підприємства [5]

ЗАВДАННЯ

Установіть відповідність:

Форма бізнесу	Сутність поняття
1. Одноосібне володіння	А. Підприємство, створене на засадах угоди про об'єднання майна та фінансових ресурсів двох або більше окремих фізичних чи юридичних осіб за умови розподілу ризику, прибутку, збитків на основі рівності, спільного контролю за результатами діяльності та безпосередньої участі у здійсненні діяльності.
2. Партнерство (товариство)	Б. Організаційна форма, за якої власником бізнесу є фізична особа або сім'я, пов'язана з підприємницькою діяльністю, яка здійснюється від свого імені, на власний ризик і спрямована на отримання певного прибутку. При виборі цієї організаційної форми підприємець несе повну, необмежену відповідальність за

	результати діяльності і водночас є власником усього прибутку від свого бізнесу.
3. Корпорація (акціонерне товариство)	В. Підприємство, власниками якого є акціонери, що мають обмежену відповідальність у розмірі свого внеску в акціонерний капітал, і розпоряджаються прибутком.

Установіть які з переваг відносяться до тієї, чи іншої форми бізнесу:

1. спрощена схема оподаткування;
2. фінансова незалежність і збільшення фінансових можливостей у виробничій і комерційній діяльності за рахунок об'єднання капіталу кількох партнерів;
3. повна самостійність, незалежність та оперативність підприємницьких дій;
4. можливість отримання значних за обсягами банківських кредитів;
5. можливість постійного нарощування обсягів виробництва (розвитку господарської діяльності);
6. невеликі витрати на заснування та реєстрацію;
7. існування тільки обмеженої відповідальності акціонерів;
8. чітка орієнтація на довгострокове функціонування бізнесу;
9. простота заснування і припинення (ліквідації) бізнесу;
10. можливість швидкої зміни існуючих і залучення нових власників на основі простої процедури купівлі-продажу акцій;

Одноосібне володіння	Партнерство, корпорація

Установіть які з недоліків відносяться до тієї, чи іншої форми бізнесу:

1. необхідність спільної відповідальності за збитки господарського товариства;
2. загроза можливого банкрутства в разі неефективних дій, професійної некомпетентності одного з партнерів;
3. можливість особистих конфліктів і неузгодженості у діях партнерів;
4. складність отримання великих за обсягом кредитів і інвестицій;
5. складність в процесі розподілу прибутку;
6. складність адміністративних процедур у випадку припинення чи ліквідації бізнесу.
7. повна відповідальність за зобов'язаннями, що виникають у процесі підприємницької діяльності;
8. високий рівень податків і застосування процедури подвійного оподаткування прибутку корпорації та дивідендів акціонерів.

Одноосібне володіння	Партнерство, корпорація

Яке поняття характеризується наступним чином: «угода, відповідно до якою виробник або одноосібний розповсюдjuвач продукту або послуги, захищених торговою маркою, дає ексклюзивні права щодо поширення на певній території своєї продукції незалежним роздрібним торговцям в обмін на одержання від них платежів – роялті».

1. консалтинг;
2. брендинг;
3. франчайзинг;

Установіть відповідність:

Вид	Сутність
1. Товарний (торговельний) франчайзинг,	А. Вид франчайзингу, що передбачає відносини, які надають право франчайзі на виробництво та збут під торговим знаком франчайзера продукції з використанням сировини, матеріалів та технологій, які поставляються франчайзером.
2. Виробничий франчайзинг	Б. Вид франчайзингу, що передбачає взаємини у сфері обслуговування, навчання і громадського харчування, коли франчайза створює і розвиває бізнес на основі моделі та за участі франчайзера, з використанням його технологій, ноу-хау, товарного знаку та набутого досвіду.
3. Діловий франчайзинг	В. Вид франчайзингу в сфері торгівлі, що передбачає передачу франчайзі ексклюзивне право на реалізацію під торговим знаком франчайзера його продукції на певній території.

5 Функціональні моделі підприємств [5]

1. Виробнича модель. Головна мета – максимізація обсягів виробництва продукції. Складові виробничої моделі: маркетинг, виробництво, персонал, фінанси в рівній частки. Виробнича модель характерна для компаній, які є монополістами на ринку, працюють виключно на виконання державних замовлень, задіяні в ліквідації стихійних лих і т.п. Роль всіх складових в цій моделі важлива, але визначальним, основним критерієм є продуктивність підприємства.

2. Ринково орієнтована модель. Головна мета – ефективно пристосування до умов ринку. Складові ринкової моделі: маркетинг (переважаюча частка), виробництво, персонал, фінанси.

3. Маркетингова модель. Головна мета – створення підприємства відповідно до вимог ринку і споживачів. Складові маркетингової моделі: маркетинг (ядро моделі), виробництво, персонал, фінанси.

4. Інноваційна модель. Головна мета – виявлення і задоволення вимог споживачів відповідно до можливостей підприємства. Складові інноваційної моделі: маркетинг і персонал (ядро моделі), споживач, виробництво, фінанси. Ця модель базується не тільки на досягненні сьогоденних ринків і переваг споживачів, а й на механізмах активного розвитку ринків. Ключовим елементом такої моделі є персонал, як носій інтелектуального капіталу підприємства, генератор нових ідей і активний елемент виробничої системи.

5. Споживча модель. Головна мета – повне задоволення вимог споживачів. Складові споживчої моделі: споживач (ядро моделі), маркетинг, виробництво, персонал, фінанси.

6. Компромісна модель. Головна мета – задоволення вимог споживачів відповідно до можливостей підприємства. Складові компромісної моделі: споживач і маркетинг (ядро моделі), виробництво, персонал, фінанси.

6 Еволюція теорій економіки підприємства [5]

Економічна теорія виділяє наступні теорії підприємств.

1. Класична теорія підприємства.

Відповідно до теорії А. Сміта, наявність великого та малого виробництва зумовлюється поділом праці та спеціалізацією згідно з масштабами попиту. Він вважав, що виникнення фірми пов'язано з розвитком торгівлі, яка стимулює поділ праці та зростання виробництва. Збільшення розміру ринку сприяє зростанню підприємства, але водночас і обмежує його експансію. За А. Смітом, в економіці діють фірми двох типів: конкурентні та монопольні. Існування монопольного виробництва зумовлюється наявністю у підприємства особливих умов або підтримкою держави. Конкурентної за Смітом вважається фірма, яка сама визначає рівень ціни та її складових. Крім того, розвиток конкуренції знищує монополізацію ринку.

Продовжив традиції класичної теорії А. Маршалл, який увів поняття «організація виробництва». Аналізуючи різні форми організації виробництва, А. Маршалл зіставляв управлінські структури різних форм бізнесу. Це давало йому можливість виділити як фактор виробництва підприємницькі здібності – пошук нових альтернатив виробництва, схильність до ризику. Розвиваючи технологічну концепцію, він виявив

залежність між розміром організації та економією на масштабах виробництва. У дослідженнях А. Маршалла з'являються елементи динамічної теорії фірми, хоча в цілому вона залишається статичною. Динамічну поведінку підприємства у нього визначають лише проблеми інвестування та розподілу ресурсів у часі.

Продовження та розвитку класична теорія набула у працях Дж.Хікса. Для нього теорія фірми – це теорія капіталу, його формування та розподілу. Він використовує паралельний метод аналізу фірми як засіб оптимізації поведінки індивіда–споживача та індивіда–представника фірми. Метою першого є максимізація сукупної корисності при заданому бюджетному обмеженні, а мета фірми – максимізація прибутку за обмеження витрат на виробництво. В теорії Хікса запропоновано стабільність та рівновагу оптимізуючого агента – фірми. Але у Хікса, як і у Сміта, теорія фірми є ще статистичною і не враховує стратегічних мотивів діяльності та розвитку.

2. Неокласична теорія підприємства.

У неокласичній теорії підприємство розглядається як цілісний об'єкт, який здійснює перетворення вхідних економічних ресурсів у продукцію на основі власного чи залученого капіталу. Модель підприємства визначається його виробничою функцією, що характеризує залежність кількості продукції від обсягів витрачених ресурсів. Основою ринкової поведінки підприємства та його розвитку є вибір обсягів, пропорцій, якості економічних ресурсів, що залучаються для господарського обороту.

Параметри виробничої функції підприємства визначаються конкретними технічними засобами, які використовуються на підприємстві, технологічними рішеннями, кваліфікацією працівників. Отже, підприємство є «чорною скринькою», в якій відбувається перетворення ресурсів у продукцію на основі виробничої функції та за наявних умов господарювання.

Головним завданням підприємства на ринку ресурсів та товарів згідно з цією теорією є визначення обсягів і структури економічних ресурсів, які дали б можливість виготовити максимальний обсяг продукції і максимізувати прибуток підприємства (тобто граничні витрати дорівнюють ринковій ціні – умова максимізації). Основним критерієм ефективності підприємства є прибуток (фінансовий результат), який також є основним мірилом рівня його конкурентоспроможності.

Визнання підприємства механізмом трансформації ресурсів у економічні блага вважається сьогодні базовим, класичним і загальновизнаним в економічній науці.

Економіка підприємства згідно з цією теорією має два основні наукові спрямування:

1) дослідження техніко-технологічних параметрів підприємства, які сприяють мінімізації витрат діяльності;

2) дослідження способів організації ринків, їх структури і впливу на ринкову поведінку підприємств, тобто моніторинг конкурентів, ринкових цін на ресурси і товари підприємств.

3. Інституційна теорія підприємства.

Основна ідея інституціональної теорії формулюється в такий спосіб (Рональд Коуз): функціонування на ринку та використання ринкового механізму ціноутворення пов'язані з певними витратами (трансакційними), а підприємство, яке має внутрішній ефективний механізм прийняття управлінських рішень, позбавлене цих витрат. У відповідності з інституційною теорією підприємство – це організація, створена людьми для ефективного застосування їхніх можливостей. Трансакційні витрати, пов'язані з придбанням ресурсів і виробництвом продукції, менші у разі створення підприємства, ніж у випадку виготовлення продукції без створення організації. Поведінка підприємства базується на ефективному укладенні та виконанні контрактів із зовнішніми організаціями і працівниками. Основне завдання підприємства відповідно до цієї теорії полягає в дослідженні взаємозв'язків і різних форм існування ділових організацій (утворень), меж їх зростання, можливих варіантів розв'язання проблем мотивації працівників, організації, контролю, планування тощо.

Таким чином, відповідно до теорії Р. Коуза: 1) зберігається фундаментальний принцип обмеженості ресурсів, який передбачає для суб'єктів господарювання можливість (необхідність) вибору між ресурсами і товарами; 2) має місце обмежена раціональність поведінки економічних суб'єктів, що допускає появу опортунізму; 3) ринкові трансакції не є безкоштовними, вони пов'язані з витратами, які дають підприємцю можливість вибору між ринковою трансакцією, трансакцією, захищеною контрактною угодою, і внутрішньою трансакцією. Виділяють чотири види трансакційних витрат: 1) витрати, пов'язані з пошуком інформації про потенційних постачальників, покупців, товари, ціни тощо; 2) витрати, пов'язані з укладанням контрактів; 3) витрати з контролю за реалізацією контрактної угоди; 4) витрати, пов'язані з юридичним захистом контрактів (судові дії та інше). Підприємство в такому разі подається у вигляді деякого результату конкретного вибору підприємця між ринковою формою економічної організації, контрактною системою і внутрішньофірмовою ієрархією. Зіставляючи ці варіанти підприємець вирішує два принципових питання, які дають можливість визначити не лише масштаб і організаційну форму підприємства, а й внутрішню структуру капіталу підприємця і веде до досягнення високих результатів у бізнесі.

Інституційна теорія підприємства є «містком» між стандартною неокласичною теорією і теоріями управління.

4. Еволюційна теорія підприємства.

На початку 80-х років сформувалася еволюційна теорія підприємства, згідно з якою увага зосереджується на дослідженні проблематики функціонування організацій, на встановленні подібності та відмінностей з іншими суб'єктами господарювання на певному ринку. Усі суб'єкти господарювання, що діють на окремому ринку чи у певній сфері, вивчаються як біологічна популяція. Поведінка підприємства згідно з цією теорією визначається діловими стосунками між усіма операторами певної

сфери бізнесу, а також внутрішніми характеристиками самого підприємства. Усталені способи поведінки підприємства на ринку формулюються у внутрішніх положеннях, процедурах і корпоративних стандартах, які і визначають модель діяльності підприємства. З плином часу і під впливом різного роду внутрішніх і зовнішніх факторів модель підприємства поступово еволюціонує у напрямку кращого досягнення цілей діяльності за наявних умов.

Еволюційна теорія стверджує, що діяльність підприємства не можна оцінювати за єдиним критерієм ефективності чи оптимальності управлінських рішень. Використовувані у кожній компанії критерії, встановлені цілі їх діяльності відображають історичний досвід функціонування підприємства. Характерним для еволюційної теорії є системне уявлення про підприємство, яке базується на двоїстому підході: з одного боку, підприємство є членом ділового співтовариства (соціальної системи) і на ньому відбиваються усі зміни цього співтовариства; з іншого боку, підприємство володіє власними традиціями в певній сфері господарювання, обсягом та пропорціями економічних ресурсів.

5. Підприємницька теорія підприємства.

Ця теорія ґрунтується на дослідженні підприємства як сфери реалізації підприємницьких талантів та інноваційних ініціатив на основі доступних для підприємця економічних ресурсів. У центрі уваги дослідників за цією теорією є взаємовідносини підприємця та його бізнесу (підприємства як функціонуючої організації).

Рушійною силою розвитку підприємства вважається сам підприємець – незалежна, активна, ризикована, успішна, гнучка, комунікабельна людина. При цьому незалежно від того, на якій посаді чи взагалі де працює підприємець у національній економічній системі, головна увага приділяється дослідженню впливу цих «підприємницьких двигунів» на діяльність економічних систем різних рівнів. Виходячи з цього, виділяють підприємців макро-, мезо- і мікрорівнів.

Модель підприємства згідно з цією теорією формується на основі взаємодії підприємців усіх рівнів, але особливе значення надається внутрішньокорпоративним механізмам використання підприємницьких талантів усіх працівників.

6. Інтеграційна теорія підприємства.

Відповідно до цієї теорії підприємство розглядається як відносно стійка, цілісна й організаційно відокремлена від зовнішнього середовища соціально-економічна система. Основною метою створення та функціонування підприємства в цій теорії є інтеграція у часі та в просторі процесів виробництва продукції і відшкодування витрат економічних ресурсів. Ключовим елементом виступає потенціал підприємства, що у найпростішому вигляді являє собою сукупність ресурсів та можливостей підприємства, які визначають очікувані результати діяльності та розвитку підприємства за наявних і перспективних умов діяльності.

В основу цієї теорії покладено інтегративну функцію підприємства, яка полягає не в реалізації економічних інтересів певних учасників бізнесу, а у вибудовуванні раціональної внутрішньої логіки функціонування організації. Отже, підприємство розглядається у багатьох аспектах, основними з яких є «підприємство – середовище господарювання», «підприємство – партнерські зв'язки». При цьому вважається, що підприємство недоцільно ототожнювати з власним бізнесом, з менеджментом компанії або з його партнерами.

Окрім цих фундаментальних теорій є і менші наукові течії, які сприяють розвитку економіки підприємства як науки та дисципліни: агентська теорія, теорія виживання, фінансова теорія, «концепція меж», теорія відмежування, теорія ієрархічного підприємства, теорія Дженсена-Меклінга та інші.

ЗАВДАННЯ

Знайдіть відповідність назви *теорії економіки підприємства* і її змісту:

Теорії економіки підприємства	Зміст теорії
1. Класична	А. Підприємство поєднує обмеженість ресурсів; раціональність поведінки економічних суб'єктів; прийняття рішень щодо варіанту трансакцій.
2. Неокласична	Б. Діяльність підприємства не можна оцінювати за єдиним критерієм ефективності чи оптимальності управлінських рішень. Підприємство, з одного боку, є ланкою ділового співтовариства (соціальної системи), з іншого, – підприємство володіє власними традиціями в сфері господарювання, наділене певним обсягом економічних ресурсів.
3. Інституціональна	В. Рушійною силою розвитку підприємства вважається підприємець. Модель підприємства формується на основі взаємодії підприємців усіх рівнів.
4. Еволюційна	Г. Теорія економіки підприємства розглядає підприємство як статичну систему. Наявність великого та малого виробництва зумовлюється поділом праці та спеціалізацією у відповідності з попитом.
5. Підприємницька	Д. Підприємство розглядається як відносно стійка, цілісна й організаційно відокремлена від зовнішнього середовища соціально-економічна система.
6. Інтеграційна	Е. Підприємство є «чорною скринькою», в якій

	<p>відбувається перетворення ресурсів у продукцію на основі виробничої функції та за наявних умов господарювання. Параметри виробничої функції підприємства визначаються технічними засобами підприємства, технологічними рішеннями, кваліфікацією працівників.</p>
--	---

7 Господарське середовище підприємства. Макросередовище підприємства. Мікросередовище підприємства [5]

Господарське середовище підприємства – це сукупність умов і факторів, в яких функціонує підприємство.

Господарське середовище підприємства включає три рівні:

- зовнішнє середовище (макрорівень);
- проміжне середовище (мезорівень);
- внутрішнє середовище (мікрорівень).

Зовнішнє господарське середовище підприємства (макросередовище підприємства) – це сукупність господарюючих суб'єктів, економічних, суспільних і природних умов, національних та міждержавних структур інституційних структур та інших, зовнішніх до підприємства умов і факторів.

Фактори зовнішнього середовища підприємства.

1. Техніко-технологічні фактори. До них відносяться: новації в області продукції, технології, матеріалів, організації виробництва тощо.

2. Економічні фактори. До них відносяться: характер економіки та економічних процесів (фінансова стабільність, інфляція); система оподаткування; масштаби економічної підтримки окремих галузей; загальна кон'юнктура національного ринку; розмір і темпи загального росту або зменшення ринку і конкретного сегмента ринку даного підприємства; стан фондового ринку; інвестиційні процеси; ставка банківського відсотка; політика централізованого регулювання цін; стабільність національної валюти; сальдо платіжного балансу.

3. Міжнародні фактори. Вивчається структура господарства країни, на ринок якої виходить підприємство; характер розподілу доходів; середній рівень заробітної плати; вартість транспортних послуг; інфляція і ставка банківського відсотка; обмінний курс валюти відносно країни-партнера; рівень ВВП і податків; міжнародні інвестиції; система державного регулювання ЗЕД і заходи інших держав щодо захисту внутрішнього ринку.

4. Політико-інституційні фактори. До них відносяться: ступінь стабільності органів влади; державна політика приватизації; державний контроль і регулювання діяльності підприємств; рівень протекціонізму;

зростання / зменшення розміру державних замовлень; міждержавні угоди з іншими країнами; ступінь державної підтримки окремих галузей промисловості; державна політика забезпечення ресурсами окремих галузей промисловості і підприємств; рівень корупції державних структур; рівень економічної свободи держави.

5. *Демографічні фактори.* До них відносяться: кількість потенційних споживачів (структура населення, зміни доходів окремих груп населення); наявна та потенційна робоча сила і її кваліфікаційні характеристики.

6. *Соціально-культурні умови.* До них відносяться: менталітет суспільства; рівень освіти; традиції та звичаї; мобільність людей, спосіб життя.

7. *Географічно-екологічні фактори.* До них відносяться: природно-кліматичні умови; територіальне розміщення сировини; розміщення великих промислових і сільськогосподарських центрів; законодавство з питань екології; стан екологічного середовища.

8. *Ринкові фактори.* До них відносяться: життєвий цикл виробів і самих підприємств; рівень конкуренції в галузі; зміни в сегментах ринку; цінові фактори.

Проміжне середовище підприємства (мезорівень або середовище зацікавлених сторін). Проміжне середовище включає наступні складові.

1. *Споживачі.* При аналізі споживачів розглядають: кількість і концентрацію споживачів; характер попиту на продукцію; еластичність попиту за ціною; рівень доходів цільових груп споживачів; характер споживання; мотивація придбання і т. п.

2. *Постачальники.* Вони забезпечують підприємство необхідними матеріально-технічними, трудовими та інформаційними ресурсами. Кожне підприємство повинне ретельно стежити за динамікою цін на об'єкти поставок; регулярністю поставок ресурсів тощо.

3. *Виробники товарів-замінників.* Товари-замінники виконують ті ж функції, що і основні види продукції галузі, але продаються переважно на інших ринках і використовуються іншими групами споживачів. Вплив товарів-замінників на ситуацію в галузі може відбитися в таких напрямках: зменшення обсягів ринку в слідстві втрати частини споживачів, які почали купувати товари-замінники; підвищення конкуренції всередині галузі; необхідність пошуку нових напрямків діяльності і пов'язані з цим додаткові витрати на підприємствах галузі.

4. *Конкуренти.* На інтенсивність конкуренції впливає насиченість ринку. Для характеристики конкурентів можна використовувати такі показники: частка ринку, зайнята підприємством; імідж, досвід, наявність добре відомих торгових марок; фінансовий стан; розвиток НДДКР (науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт), наявність патентів, ліцензій; наявність виробничих потужностей; наявність власної системи розподілу і збуту; наявність висококваліфікованих кадрів.

5. *Партнери.* До них можуть бути віднесені всі підприємства і організації, з якими підприємство вступає в договірні відносини:

організації продажу товарів; банки; науково-дослідні організації; юридичні; консалтингові; аудиторські фірми.

б. «Контактні аудиторії». До них відносяться: державні органи управління; засоби масової інформації (ЗМІ) – розміщують статті-замовлення з певних аспектах діяльності підприємства; місцеве населення – перешкоджає діяльності підприємства, відчуючи на собі його негативний вплив, або підтримує його – в разі створення підприємством нових робочих місць, участь у благодійних заходах.

Мікросередовище підприємства включає: ресурси, персонал, менеджмент, бізнес-культуру, організаційну структуру підприємства.

У своїй діяльності підприємства взаємодіють з рядом контрагентів. Традиційно під зацікавленими особами (контрагентами) розуміють суб'єктів зовнішнього середовища або учасників господарської діяльності підприємства, які реалізують власні економічні інтереси за допомогою певного підприємства (компанії, фірми, організації).

Характеристика основних контрагентів підприємства та їх цільові аспекти діяльності представлені в табл. 1.

Таблиця 1 – Загальна характеристика контрагентів підприємства

Учасник бізнесу	Цільовий аспект діяльності	Завдання та основна сфера контролю	Контрольний показник
Акціонери (власники)	стабільність зростання частки прибутку, яка підлягає капіталізації, а також зростання ринкової ціни акцій на цій основі	– зростання величини прибутку, що підлягає розподілу; – зростання частки прибутку, що підлягає розподілу, в її загальній величині; – додаткова емісія акцій; – безпеку акцій товариства (забезпеченість)	1) ринкова ціна акцій; 2) прибутковість акцій; 3) рівень ризику інвестицій; 4) частину прибутку, яка спрямовується на виплату дивідендів.
Менеджери	стабільність розвитку компанії і забезпечення стабільної заробітної плати	– підвищення фактичного рівня заробітної плати; – посилення ринкової позиції; – інвестування з метою відновлення і поліпшення основних фондів; – створення системи постійних зв'язків з постачальниками ресурсів; – викуп акцій; – зменшення частини прибутку, що підлягає розподілу між	1) показники оцінки конкурентоспроможності; 2) частину прибутку, яка спрямовується на інвестування; 3) структура інвестицій (частина чистих інвестицій); 4) система показників рентабельності; 5) показники ринкової позиції підприємства

		власниками; – впровадження стратегій диверсифікації з метою зниження рівня ризику і невизначеності	
Працівники (профспілки)	поліпшення умов праці, соціальна захищеність і постійне підвищення заробітної плати	- інвестування в поліпшення умов праці; - надійність пенсійного забезпечення; - страхування здоров'я, життя; - підвищення заробітної плати; - отримання і поліпшення соціокультурних послуг; - професійний ріст	1) співвідношення фактичного і очікуваного винагороди; 2) соціальний клімат в організації; 3) стабільність виплати заробітної плати; 4) відсоток премій і частота її виплати
Банківські та інші фінансові установи	стабільне зростання резервних коштів товариства на рахунках, гарантії, виконання кредитних зобов'язань	- виконання кредитних угод; - підвищення відсотків за користування рахунками і кредитами, проведення розрахункових операцій; - довгострокове резервування коштів на рахунках	1) співвідношення розподілу капіталу; 2) коефіцієнти ліквідності і платоспроможності; 3) темпи зростання бізнесу
Постачальники матеріальних ресурсів	стабільність ринку збуту власної продукції і своєчасна оплата комерційних угод	- дотримання високого рівня платіжної дисципліни; - нарощування обсягів поставок; - спрощення процедур замовлення; - передача ризиків поставки	1) термін погашення заборгованості; 2) швидкість обороту капіталу; 3) темпи розвитку бізнесу; 4) показники мінімального рівня якості сировини
Страхові компанії	максимальна нейтралізація господарських та інших ризиків діяльності акціонерного товариства	- зниження розмірів і частоти виплат страхових відшкодувань; - стабільність надходження страхових платежів; - підвищення плати за ризик	1) розмір страхових відшкодувань по компанії і в розрізі видів страхування
Держава (органи влади)	стабільність отримання податкових платежів, виконання державних замовлень (контрактів), дотримання положень	- стабільність отримання податкових платежів до державного та місцевих бюджетів; - зростання розмірів податків і розширення податкової бази; - реалізація політичних рішень через	1) показники податкового тиску; 2) система показників рентабельності бізнесу; 3) темпи зростання

	екологічного законодавства, виконання політичних рішень	підприємство	
Споживачі (суспільство)	табильність поставок дешевої продукції за умови постійного зростання якості	- зниження ціни продукції та підвищення її якості; - поліпшення сервісного обслуговування; - розширення номенклатури; - удосконалення системи збуту; - надання знижок	1) показники якості продукції; 2) роздрібна ціна продукції; 3) якість сервісного обслуговування
Конкуренти	процеси захоплення ринків або їх сегментів, співвідношення рівня ціни і якості	- зростання частки ринку; - дискредитація торгової марки; - створення коаліційних груп	1) показники ринкової позиції; 2) показники конкурентоспроможності; 3) вартість нематеріальних активів
Навчальні та науково-дослідні організації, рекламні компанії та інші зацікавлені фізичні та юридичні особи	інноваційна діяльність, її супровідний обслуговування, надання інформаційних послуг	- збільшення витрат на проведення досліджень; - зростання експлуатаційних платежів; - створення системи постійних зв'язків	1) темпи оновлення техніко-технологічної бази виробництва; 2) темпи перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів; 3) сума комерційних угод на інформаційне, технічне та інше обслуговування

ЗАВДАННЯ

Розташуйте наведені показники у відповідності до типу середовища підприємства:

1. новації в техніці, технології, організації виробництва;
2. організаційна структура підприємства;
3. система оподаткування;
4. масштаби виробництва;
5. виробнича потужність підприємства;
6. ставка банківського відсотка;
7. розмір посадових окладів;
8. стабільність національної валюти;
9. природно-кліматичні умови.

Зовнішнє середовище підприємства	Внутрішнє середовище підприємства

8 Принципи організації виробничого процесу: спеціалізація, пропорційність, паралельність, прямоточність, безперервність, ритмічність, автоматичність, гнучкість, гомеостатичність [5]

Виробничий процес – це сукупність взаємопов'язаних дій персоналу підприємства, засобів праці, предметів праці і природних процесів, необхідних для виготовлення продукції. Головним елементом виробничого процесу є процес праці як свідомо діяльність людини.

Центральним елементом виробничого процесу є технологічний процес – сукупність дій зі зміни форми, стану, властивостей предмета праці.

Класифікація виробничих процесів.

Виробничі процеси поділяються на основні, допоміжні та обслуговуючі.

Основні процеси – це процеси безпосереднього виготовлення основної продукції підприємства, яка визначає його виробничий профіль, спеціалізацію і поступає на ринок як товар для продажу. Основні процеси діляться на стадії: заготівельну, обробну, складальну. Це основне виробництво. До **допоміжних** належать процеси, необхідні для забезпечення нормального перебігу основних процесів. Це: ремонтне, інструментальне, енергетичне тощо. **Обслуговуючі** процеси забезпечують нормальні умови для здійснення основних і допоміжних процесів. До них відносяться складські, транспортні процеси, процеси контролю і випробувань, метрологічного обслуговування.

Залежно від протікання в часі виробничі процеси діляться на дискретні і безперервні. **Дискретним процесам** властива циклічність, пов'язана з виготовленням продукції певної форми в штуках (машини, прилади, одяг). **Безперервні процеси** властиві виробництву продукції, яка не має сталого об'єму й форми (сипкі, рідкі, газоподібні речовини).

За ступенем автоматизації розрізняють ручні, механізовані, автоматизовані та автоматичні процеси. Ручні процеси здійснюються безпосередньо робітником, фізична сила якого є основним джерелом енергії. Механізовані процеси виконуються робітником за допомогою машин. Робочий управляє машинами. Автоматизовані процеси виконуються машинами під наглядом працівника. Автоматичні процеси здійснюються машинами без участі людини.

Основною структурною одиницею виробничого процесу є операція. **Операція** – це завершена частина виробничого процесу, яка виконується

на одному робочому місці, над тим самим предметом праці без переналаштування устаткування.

Під організацією виробничого процесу розуміють різні методи поєднання всіх елементів виробничої системи в просторі і в часі з метою їх ефективного використання. Раціональна організація виробничого процесу повинна відповідати певним принципам.

Принципи раціональної організації виробничого процесу.

1. Принцип спеціалізації означає підвищення однорідності виробництва шляхом обмеження номенклатури продукції і різноманітності операцій. Підвищуючи однорідність виробництва, спеціалізація спрощує його організацію, створює умови для автоматизації, внаслідок чого поліпшується використання ресурсів підприємства, підвищується якість продукції, знижується її собівартість. Рівень внутрішньозаводської спеціалізації істотно залежить від конструкторської, технологічної та організаційної уніфікації. *Уніфікація* – це приведення продукції, методів її виробництва або їх елементів до єдиних форм, розмірів, структури, складу. Уніфікація дозволяє зменшити номенклатуру деталей і вузлів, розумно обмежити різноманітність методів виробництва, типи й марки устаткування, маршрути виготовлення деталей тощо.

2. Принцип пропорційності означає узгодження пропускної здатності машин, виробничих підрозділів, окремих складових операційного процесу. Пропорційність досягається тоді, коли сукупна продуктивність технологічно пов'язаних ланок виробництва пропорційна обсягу виконуваних робіт. Порушення цього принципу призводить до виникнення «вузьких місць» або неповного завантаження окремих підрозділів. На підприємствах зі складною структурою виробництва важко досягти повної пропорційності потужностей окремих підрозділів (бригад, дільниць, цехів, виробництв). Вона періодично порушується внаслідок освоєння нових виробів.

3. Принцип паралельності означає одночасне виконання окремих операцій і процесів, що досягається їх поєднанням в часі.

4. Принцип прямоточності означає, що предмети праці повинні мати найкоротші маршрути проходження всіх стадій і операцій, пов'язаних з виробництвом і реалізацією продукції.

5. Принцип безперервності означає мінімізацію перерв в структурі технологічного процесу в дискретному виробництві через синхронізацію операцій, застосування прогресивних методів управління виробництвом.

6. Принцип ритмічності полягає в тому, що робота всіх підрозділів підприємства і випуск продукції повинні здійснюватися з певним ритмом і планомірної повторюваністю. При дотриманні цього принципу в однакові проміжки часу виготовляють однакову кількість продукції, забезпечуючи рівномірне завантаження робочих місць.

7. Принцип автоматичності передбачає економічно обгрунтоване вивільнення людини з безпосередньої участі у виконанні операцій виробничого процесу. Особливо це актуально у виробництві з важкими або

шкідливими умовами праці. Автоматизуються не тільки виробничі процеси, а й інші сфери діяльності людини, в тому числі управління.

8. Принцип гнучкості означає швидку адаптацію виробничої діяльності до необхідного переходу на виробництво і реалізацію нової продукції. Гнучке виробництво швидко адаптується до зміни кон'юнктури ринку, що підвищує його конкурентоспроможність. Гнучкість виробничого процесу досягається універсальністю засобів праці, їх автоматизацією, застосуванням верстатів з ЧПУ і гнучких систем.

9. Принцип гомеостатичності – це здатність виробничої системи стабільно виконувати свої функції в інтервалі допустимих відхилень і протистояти дисфункціональним впливам. Це досягається створенням технічних і організаційних механізмів саморегуляції і стабілізації. До стабілізаційних організаційних систем відноситься система оперативного планування і регулювання виробництва, планово-попереджувальний ремонт устаткування, резервні запаси тощо.

Проектуючи виробничі процеси і їх організацію, необхідно враховувати ці принципи, однак оптимальні організаційно-технічні рішення слід вибирати за критерієм економічної ефективності.

9 Типи організації виробництва [5]

Тип виробництва – це класифікаційна категорія виробництва, яка враховує такі його властивості, як широта номенклатури, регулярність, стабільність і обсяг випуску продукції.

Існує три типи виробництва: одиничне, серійне і масове.

Одиничне виробництво характеризується широкою номенклатурою продукції, малим обсягом випуску однакових виробів, повторне виготовлення яких як правило, не передбачається.

Серійне виробництво має обмежену номенклатуру продукції, виготовлення окремих виробів періодично повторюється певними партіями (серіями), і їх сумарний випуск може бути досить значним.

Масове виробництво характеризується вузькою номенклатурою продукції, великими обсягами безперервного і тривалого випуску окремих виробів.

Окремо виділяють **дослідне виробництво**, що в ньому виготовляються зразки або партії (серії) виробів для проведення дослідницьких робіт, випробувань, доопрацювання конструкцій. За дослідними зразками розробляється конструкторська та технологічна документація для серійного або масового виробництва. За своїми характеристиками дослідне виробництво відноситься до одиничного.

Тип виробництва можна визначити за **коефіцієнтом закріплення операцій** – це середня кількість технологічних операцій, яка припадає на одне робоче місце за місяць.

$$K_{3.0} = \frac{\sum m_i}{M}, \quad (1)$$

де m_i – кількість операцій, які проходить i -й предмет у процесі обробки на певній групі робочих місць;

M – кількість робочих місць, для яких обчислюється $K_{3.0}$

Робочі місця одиничного виробництва характеризуються виконанням багатьох операцій над різними деталями в рамках технологічних можливостей устаткування. Устаткування є універсальним, розміщується однотипними технологічними групами. У зв'язку з частою заміною предметів праці багато часу витрачається на переобладнання устаткування. Виконання різноманітних операцій вимагає висококваліфікованих робітників-універсалів. Орієнтовно для одиничного виробництва $K_{3.0} > 40$.

На робочих місцях серійного виробництва виконуються операції над обмеженою номенклатурою деталей, які обробляються періодично партіями. Застосовується універсальне та спеціальне устаткування, яке розміщується як технологічними групами, так і за предметним принципом. Кваліфікація робітників у цілому може бути середньою, проте досить високою, за винятком тих висококваліфікованих працівників, які працюють на устаткуванні з ЧПУ і на гнучких автоматизованих лініях. Залежно від широти номенклатури, величини партій, періодичності їхньої обробки серійне виробництво поділяється на дрібносерійне, середньо– і великосерійне. Робочі місця дрібносерійного виробництва за своїми характеристиками близькі до робочих місць одиничного виробництва, з дещо меншою кількістю операцій, які на них виконуються, тому що предмети обробляються дрібними партіями. Коефіцієнт закріплення операцій знаходиться в межах $20 < K_{3.0} \leq 40$. Для робочих місць среднесерійного виробництва характерно те, що більше обмеження кількості виконуваних операцій, оскільки партії виробів стабільно повторюються. Устаткування має вищий рівень спеціалізації, $10 < K_{3.0} \leq 20$. На робочих місцях великосерійного виробництва, предмети обробляються великими партіями, устаткування спеціалізоване, $1 < K_{3.0} \leq 10$.

Робочі місця масового виробництва характеризуються постійним виконанням однієї операції над одним предметом праці, тобто $K_{3.0} = 1$. Устаткування є вузькоспеціалізованим, застосовується спеціальне оснащення. Принцип розміщення устаткування – предметний. Виконання елементарних операцій на поточкових лініях не потребує високої кваліфікації робітників, проте на автоматизованих системах їхня кваліфікація повинна бути на рівні техника чи навіть інженера.

Практично немає підприємств з однорідним типом виробництва. Тому тип виробництва дільниці, цеху, підприємства визначається типом виробництва, який переважає на робочих місцях.

Підприємства одиничного виробництва виготовляють продукцію окремими екземплярами, які не повторюються взагалі або повторюються нерегулярно. На ділянках і в цехах переважають одиничні процеси, але є робочі місця і цілі підрозділи із серійним виробництвом уніфікованих деталей і вузлів для різних видів кінцевої продукції підприємства. Це можуть бути шестерні, валки, кріпильні деталі, ручки тощо. До підприємств одиничного виробництва відносять заводи важкого, енергетичного машинобудування, суднобудування тощо.

Підприємства серійного виробництва випускають серії виробів обмеженої номенклатури, які періодично повторюються. Серія – це певна кількість виробів одного типорозміру, що виготовляється за незмінною технічною документацією. На підприємствах серійного типу виробництва робочі місця переважно серійного типу виробництва. Одночасно можуть використовуватися і процеси масового виробництва уніфікованих деталей на поточкових лініях. Прикладами підприємств серійного виробництва є верстатобудівні, авіабудівні заводи, підприємства з виробництва сільськогосподарської техніки, електровозів тощо.

Підприємства масового виробництва безперервно випускають один або кілька виробів протягом тривалого часу за умови високої внутрішньозаводської спеціалізації. На робочих місцях переважають масові процеси. До таких підприємств належать автомобільні, транспортні заводи, підприємства з виготовлення телерадіоапаратури тощо.

Найбільш ефективним є масове виробництво, де можна застосовувати високопродуктивне спеціалізоване устаткування та максимально реалізувати принцип раціональної організації виробничого процесу. Технічно і організаційно складним і найменш ефективним є одиничне виробництво. Тому важливою умовою підвищення ефективності виробництва є зростання його серійності, перехід від одиничного до серійного, від серійного до масового виробництва. Досягається це, наприклад, розширенням ринку збуту і збільшенням серій випуску виробів, уніфікацією деталей і агрегатів, особливо складних машин і устаткування, впровадження групових методів обробки деталей.

ЗАВДАННЯ

Відсутність чіткої виробничої програми, оснащення підприємства універсальним устаткуванням характерні для:

1. серійного виробництва;
2. одиничного виробництва;
3. поточкового виробництва;
4. масового виробництва.

10 Комплексна підготовка виробництва [5]

Комплексна підготовка виробництва – це сукупність взаємопов'язаних маркетингових і наукових досліджень, технічних, технологічних і організаційних рішень, спрямованих на пошук нових можливостей задовольнити потреби споживачів у конкретних видах продукції; створення нових, модернізацію діючих конструкцій техніки, споживчих властивостей товарів, технологічних процесів.

Система комплексної підготовки виробництва охоплює такі підсистеми:

- науково-дослідна підготовка виробництва;
- конструкторська підготовка виробництва;
- технологічна підготовка виробництва;
- організаційно-планова підготовка виробництва.

Науково-дослідна підготовка виробництва – це проведення дослідницьких робіт для визначення можливостей, принципів і методів створення нової (модернізації старої) продукції. Вона охоплює роботи з комплексного дослідження ринку, покупців і конкурентів; пошуку ідей нового товару; комерційний аналіз, створення передових конструкцій виробів; завоювання частини ринку тощо. Організація виконання цієї фази підготовки виробництва на підприємстві покладається на службу маркетингу. Науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи з конкретного виду продукції виконуються науково-дослідними підрозділами підприємства або спеціалізованими науково-технічними організаціями.

Конструкторська підготовка виробництва – це створення нової або удосконаленої продукції, що виготовляється відповідно до вимог НТП і перспектив ринкової кон'юнктури. Цей вид підготовки виробництва також називають проектно-конструкторською підготовкою виробництва. Під проектуванням розуміють сукупність взаємопов'язаних процесів зі створення нових і вдосконалення наявних конструкцій виробів відповідно до параметрів якості, обсягів і термінів випуску, відповідно до вимог замовника-споживача. У процесі конструкторської підготовки створюється комплект конструкторської документації (креслень), необхідних для виготовлення продукції, а також забезпечується готовність підприємства до випуску нового або модернізованого виробу.

Технологічна підготовка виробництва – це сукупність робіт із забезпечення технічної готовності до випуску нової (удосконаленої) продукції. Технологічна підготовка виробництва об'єднує роботи зі створення та вдосконалення технологічних процесів виготовлення продукції, документального їх оформлення, проектування і виготовлення необхідного технологічного оснащення, планування розміщення устаткування і виробничих підрозділів, екологічного моніторингу параметрів спроектованих виробів та процесів. Головна мета технологічної

підготовки виробництва складається в проєктуванні комплексу технологічних процесів, спрямованих на забезпечення мінімальних інвестиційних (капітальних) і поточних витрат на виробництво заданого обсягу продукції.

Технологічна підготовка виробництва включає наступний комплекс робіт.

1. Забезпечення технологічності конструкції виробів. Технологічність конструкції виробу – це така його властивість, яка дає можливість виготовляти, монтувати, обслуговувати і ремонтувати виріб з оптимальними витратами часу і коштів. Для цього проводять технологічний контроль конструкторської документації, який передбачає участь технологів у процесі конструювання нових виробів.

2. Розробка технологічних процесів і методів контролю. Розробка технологічних процесів починається з визначення технологічних маршрутів деталей і складальних одиниць в процесі їх виготовлення. Після цього обробляються технологічні процеси виготовлення заготовок, обробки деталей, складання вузлів і виробу в цілому, а також розраховуються норми витрат часу на всі види технологічних операцій.

Залежно від типу виробництва розробка технологічного процесу має різну ступінь деталізації. В одиничному виробництві детальна розробка технологічного процесу є економічно недоцільною внаслідок високої трудомісткості цих робіт. В одиничному виробництві обмежуються розробкою маршрутної технології, в якій вказують основні операції без їхнього поділу на окремі складові. У маршрутній карті, що є основним технологічним документом в одиничному і дрібносерійного виробництва, міститься перелік технологічних операцій із зазначенням устаткування, технологічного оснащення, розряду робіт і норми часу на виконання робіт.

У багатосерійному і масовому виробництві технологічний процес розробляється ретельно з поділом його не тільки на операції, але і на окремі частини – переходи. На кожну операцію розробляється операційна карта, в якій поряд із зазначеним устаткуванням, оснащенням, розрядом робіт і нормами часу містяться характеристики способів і режимів обробки за елементами операції (переходами).

Одночасно з розробкою технологічного процесу визначаються методи організації виробництва, а також розраховуються норми витрат матеріалів на деталі, вузли і виріб в цілому.

3. Проєктування та виготовлення або покупка технологічного оснащення (пристроїв та інструменту для виготовлення продукції). Обсяг цих робіт залежить від конструктивно-технологічних особливостей виробу, типу виробництва, обсягу випуску нової продукції.

4. Налагодження та впровадження запропонованих технологічних процесів. Цей етап здійснюється в технологічних лабораторіях, на експериментальних ділянках.

Організаційно-планова підготовка виробництва – це сукупність взаємопов'язаних процесів адаптації виробничої та організаційної структур

підприємства до умов виготовлення нової (модернізованої) продукції, забезпечення необхідним устаткуванням, перепланування технологічних схем і розміщення устаткування в підрозділах, розробка календарно-планових нормативів (серій виробів, партій деталей, виробничих циклів), обґрунтування методів переходу на випуск нових виробів.

Ці фази підготовки виробництва виконуються одночасно і взаємопов'язані наступними підрозділами підприємства: відділами головного конструктора, головного технолога, головного механіка, відділу маркетингу, планово-економічного, кадрів, матеріально-технічного забезпечення, збуту, праці та заробітної плати, виробничо-диспетчерського, лабораторій, служб та ін.

11 Відтворення і розвиток виробничих та інфраструктурних об'єктів підприємства. Вивчення капітального будівництва як процес створення нових, реконструкції, розширення та технічного переозброєння діючих об'єктів виробничої і соціальної інфраструктури [5]

Формування, відтворення й розвиток виробничих та інфраструктурних об'єктів здійснюється в процесі капітального будівництва.

Капітальне будівництво – це процес створення нових, реконструкції, розширення та технічного переоснащення діючих та інфраструктурних об'єктів підприємства.

До сфери капітального будівництва відносять:

- 1) спорудження будівель і об'єктів виробничого та невиробничого (соціального) призначення;
- 2) монтаж виробничого й невиробничого устаткування;
- 3) проектно-пошукові роботи, пов'язані зі спорудженням нових і реконструкцією функціонуючих об'єктів виробничого і соціального призначення;
- 4) капітальний і відновлюваний ремонт будівель і споруд виробничого та соціального призначення.

Головна мета і кінцевий результат капітального будівництва – введення в дію нових виробничих потужностей.

У процесі планування капітального будівництва важливо визначити не тільки обсяги введення в дію виробничих потужностей, але і витрати, з цим пов'язані. Це необхідно для того, щоб обґрунтувати економічну доцільність будівництва (розширення, реконструкції), вибрати оптимальний варіант здійснення капітальних вкладень, своєчасно розрахуватися за виконані будівельно-монтажні роботи, придбане устаткування тощо З цією метою визначають кошторисну вартість робіт, яка і є ціною певного об'єкта.

Кошторисна вартість будівництва – це виражені у грошовій формі нормативні (проектні) витрати на: будівельно-монтажні роботи; придбання устаткування, інструменту, інвентарю та інші витрати. Всі витрати, які передбачаються в кошторисах вартості будівельно-монтажних робіт, поділяються на:

- прямі витрати (основна заробітна плата будівельних робітників; вартість будівельних матеріалів, деталей, конструкцій; витрати на експлуатацію машин і механізмів);
- накладні витрати (витрати на управління будівництвом і витрати на утримання та експлуатацію устаткування, що використовується при будівництві);
- планові накопичення (нормативний прибуток будівельних організацій, що встановлюється у відсотках до суми прямих і непрямих витрат).

Конкретизація плану капітального будівництва і доведення плану до виконавців здійснюється за допомогою титульних списків будівництва. *Титульний список* – це плановий документ, в якому встановлені строки початку і закінчення будівництва (розширення, реконструкції) об'єктів, їх потужність, загальні витрати на спорудження, на будівельно-монтажні роботи, щорічні обсяги введення в дію основних фондів, названо підрядника і проектні організації, які виконують відповідні роботи, а також постачальників устаткування.

За подібною схемою здійснюється планування капітального будівництва об'єктів соціальної інфраструктури. Принциповою його особливістю є те, що планування капітального будівництва об'єктів соціальної інфраструктури здійснюється з урахуванням їх, так званої, пропускної спроможності (кількість місць в їдальні, дитячому садку, кількість щоденних відвідувань поліклініки тощо).

Початковим етапом капітального будівництва є його проектування. Проект як кінцевий результат процесу проектування – це комплекс документів, в яких обґрунтовується технічна можливість та економічна доцільність будівництва (реконструкції) певного об'єкта. Проектування здійснюється, як правило, спеціалізованими проектними організаціями. Воно охоплює два послідовні етапи робіт: 1) збирання й підготовка необхідних для проектування матеріалів; 2) безпосереднє опрацювання проекту і розрахунки кошторису.

На першому етапі розробляється техніко-економічне обґрунтування (ТЕО) необхідності та доцільності будівництва (розширення, реконструкції) відповідного об'єкта. Типовий зміст ТЕО включає:

- обґрунтування попиту на продукцію об'єкта, який передбачається будувати (розширювати, реконструювати);
- характеристика спеціалізації (призначення) і структури об'єкта, його проектної потужності (пропускної спроможності);
- характеристика можливих джерел забезпечення необхідними категоріями персоналу, матеріальними і фінансовими ресурсами;

- вибір територіального розміщення об'єкта (у разі спорудження нових об'єктів);
- орієнтовні розрахунки обсягів необхідних інвестицій та їх соціально-економічної ефективності;
- найбільш важливі проєктні техніко-економічні та соціальні показники діяльності нового (реконструйованого) об'єкта.

Другий етап – безпосереднє проєктування. Для великих об'єктів процес проєктування охоплює дві стадії: 1) розробка технічного проєкту; 2) обробка робочих креслень.

До складу технічного проєкту входить кілька розділів: економічна частина, генеральний план і транспорт, технологічна частина, будівельна частина, організація будівельних робіт, кошторисна документація. Технічний проєкт разом із зведеним кошторисно-фінансовим розрахунком підлягає затвердженню замовником. Після цього він стає підставою для фінансування будівництва (розширення, реконструкції) об'єкта, замовлення устаткування та опрацювання робочих креслень. За виготовленими робочими кресленнями безпосередньо здійснюються будівельно-монтажні роботи.

Капітальне будівництво (розширення, реконструкція) об'єктів може здійснюватися двома способами: підрядним і господарським.

Підрядний спосіб будівництва – це здійснення робіт постійно діючими будівельними і монтажними організаціями (підрядчиками), які виконують відповідні роботи для різних замовників за договором підряду. Для виконання окремих робіт підрядник має право залучати інші спеціалізовані організації за договором субпідряду. Однак відповідальність перед замовником за якість і своєчасність виконання всіх видів робіт несе основний (генеральний) підрядчик.

Господарський спосіб будівництва означає виконання всього комплексу робіт самим забудовником (підприємством, організацією) власними силами. У цьому випадку підприємство (організація) забудовник виступає в ролі керівника будівництва й виконавця будівельно-монтажних робіт одночасно.

12 Ринок: сутність, функції, форми і структура [5]

У широкому розумінні **ринок** є сферою прояву економічних відносин між людьми, які виникають в процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання. У вузькому розумінні ринок - це сфера товарного обміну і пов'язана з ним сукупність товарно-грошових відносин, яка виникає між виробниками (продавцями) і споживачами (покупцями) у процесі купівлі-продажу товарів.

Крім спеціальної функції із забезпечення руху товарів від виробника до споживача ринок виконує в економічній системі суспільства регулятивно-контрольну й стимулюючу функції. Світовий досвід визнає, що ринок є досконалим інструментом саморегуляції суспільного виробництва. За допомогою ринку визначається що, скільки, коли, як і для кого виробляти. Внаслідок дії закону вартості і закону попиту і пропозиції оптимізується розподіл інвестиційних, матеріальних і трудових ресурсів між сферами діяльності та галузями виробництва, забезпечується діючий економічний контроль за раціональним суспільно-необхідним рівнем виробничих витрат.

Стимулююча функція ринку полягає в тому, що він ініціює виробництво саме тих товарів, які необхідні споживачеві. Через механізм конкуренції ринкові відносини активно впливають на розширення асортименту та підвищення якості продукції, зниження витрат на виробництво і збут продукції, вилучення з виробництва застарілих видів продукції, які не мають перспектив розширення збуту.

Прагнення досягти переваг на ринку стимулює інтенсивну інноваційну діяльність виробників, спрямовану на своєчасне оновлення техніко-технологічної бази підприємств, освоєння нових видів продукції і послуг, а також підсилює спонукальні мотиви працівників до підвищення своєї кваліфікації, творчої та високопродуктивної праці.

Структура ринку може бути розглянута з точки зору п'яти аспектів.

1. З позицій суб'єктивного складу ринку. Розрізняють такі види ринків:

- споживачів;
- виробників;
- проміжних продавців (посередників, дилерів);
- національних виробників, громадських організацій;
- міжнародних покупців, продавців і посередників.

2. Продуктово-ресурсного наповнення. Розрізняють такі види ринків:

– продовольчих і непродовольчих товарів;

– засобів і предметів праці та інших товарів виробничого призначення;

- житла, землі, природних багатств і корисних копалин;
- будівельних, транспортних, комунальних та ін. Послуг;
- грошей, валюти, цінних паперів;
- монотоварів.

3. Елементної-технологічних зв'язків. Розрізняють такі види ринків:

- засобів виробництва;
- предметів споживання;
- інновацій та інформацій;
- робочої сили;
- грошово-кредитний;
- валютний.

4. Територіально-просторової організації. Розрізняють такі види ринків:

- місцевий (локальний);
- регіональний;
- національний;
- транснаціональний;
- світовий.

5. За ступенем монополізації. Розрізняють такі види ринків:

- досконалої (чистої) конкуренції;
- монополістичний;
- монополістичної конкуренції;
- олігополістичний.

Розглянемо докладніше розподіл ринків за суб'єктивним складом.

Ринок споживачів – це ринок окремих осіб і домашніх господарств, які купують товари або отримую послуги для особистого споживання.

Ринок виробників – це ринок сукупності осіб і підприємств, які закупають товари для використання їх у виробництві інших товарів і послуг.

Ринок проміжних продавців (посередників, дилерів) – це сукупність осіб і організацій, які стають власниками товарів для перепродажу або здачі їх в оренду іншим споживачам із зиском для себе.

Ринок державних виробників, громадських організацій, які купують товари та послуги для забезпечення сфери комунального господарства або для забезпечення діяльності різних некомерційних організацій.

Ринок міжнародних покупців, продавців, посередників.

Розглянемо докладніше розподіл ринків відповідно до ступеня монополізації.

Досконала (чиста) монополія має місце тоді, коли одне підприємство є єдиним постачальником конкретного товару, для якого немає близьких замінників. Виходячи з цього, у покупця немає вибору, а монополіст може не витратити кошти на рекламу, диктуючи ціни, тому що вхід на ринок заблокований економічними, технічними, юридичними і іншими бар'єрами. Відповідно підприємство за умови монополії називається монополістом, а ринок, на якому діє монополіст, - монопольним ринком.

Закон України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності» містить визначення ще двох категорій, що стосуються монопольного ринку: «монопольне утворення» і «монопольне становище».

Монопольне утворення – підприємство, об'єднання, господарське товариство або інша організаційна форма, яка займає монопольне становище на ринку. Монопольне становище – домінуюче стан суб'єкта господарювання, яке дає йому можливість самотійно або разом з іншими суб'єктами господарювання обмежувати конкуренцію на ринку певного товару. Монопольним визнається стан суб'єкта господарювання, частка якого на ринку певного товару перевищує 35%. Антимонопольний комітет

України може визнати монополієм стан суб'єкта господарювання і з часткою на ринку менше 35 %.

Класифікація монополій зводиться до трьох основних видів: природної, адміністративної та економічної.

Природна монополія виникає внаслідок об'єктивних причин. Вона відображає ситуацію, коли попит на певний товар краще задовольняється однією або декількома фірмами. В її основі лежать особливості технології виробництва та обслуговування споживачів. Тут конкуренція неможлива або не бажана. Прикладом може служити енергопостачання.

Адміністративна монополія виникає внаслідок дії державних органів. З одного боку, це надання окремим підприємствам виняткового права на виконання певного роду діяльності. З іншого боку, це організаційні структури для державних підприємств і підпорядковуються різним комітетам, міністерствам, асоціаціям. Тут, як правило, групуються підприємства однієї галузі. Вони діють на ринку як один господарський суб'єкт, і між ними немає конкуренції.

Економічна монополія є найпоширенішою. Йдеться про підприємства, які змогли завоювати монополієне становище на ринку. До цього веде два шляхи. Перший полягає в успішному розвитку підприємства, постійному збільшенні його масштабів шляхом концентрації капіталу. Другий (динамічніше) ґрунтується на процесах централізації капіталів, тобто на добровільному об'єднанні, або поглинанні переможцями банкрутів. Тим або іншим шляхом, або двома одночасно, підприємство досягає таких масштабів, коли починає домінувати на ринку.

Олігополістичний тип ринку займає проміжне місце між монополією та монополістичною конкуренцією. Олігополістичний ринок – економічні відносини між декількома впливовими компаніями галузі в умовах боротьби за обсяги продажів, частку ринку, рівень цін, впровадження передових досягнень науки і техніки у виробництво тощо з метою привласнення максимального прибутку. Іншими словами олігополія – це колективна форма монополії.

Ринок досконалої (чистої) конкуренції – це сукупність великого числа малих і середніх підприємств, торгівля між якими, а також між фізичними особами здійснюється без значного впливу на рівень цін. Досконалої конкуренції притаманні такі риси: велика кількість продавців і покупців, кожен з яких має незначну частину в загальному обсязі продажів або споживання продукції; всі підприємства виготовляють однорідну продукцію, використовуючи аналогічні виробничі процеси; кожна фірма має достовірну інформацію; наявність свободи входу на ринок і виходу з нього (тобто відсутність вхідних і вихідних бар'єрів до ринку).

Ринок монополістичної конкуренції – економічні відносини між різними формами і типами монополій в умовах боротьби за монополізацію факторів виробництва, сфер вкладення капіталу, ринки збуту і ін., спрямовані на привласнення монополією високого прибутку. Ключові характеристики ринку монополістичної конкуренції, що відрізняють його

від інших типів ринку наступні: диференціація продукції; наявність великої кількості продавців; конкуренція за ціною; конкуренція за нецінових факторів; відносно високі вхідні і вихідні бар'єри.

Правові засади підтримки та захисту економічної конкуренції, обмеження монополізму в господарській діяльності передбачено в Законі України «Про захист економічної конкуренції». Цей закон визначає економічну конкуренцію як змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку.

Безперервне функціонування такої складної і багаторівневої системи, як ринок, який представлений більш двадцятьма основними його видами, вимагає високорозвиненою і широко розгалуженою інфраструктури. *Інфраструктура ринку* – це сукупність організацій (установ), які мають різні напрямки діяльності, забезпечують ефективну взаємодію товаровиробників та інших агентів ринку, які здійснюють оборот товарів, просування товарів зі сфери виробництва в сферу споживання. До найбільш важливих елементів ринкової інфраструктури належать: комерційні інформаційні центри; товарні, фондові, валютні біржі; комерційні, інвестиційні, емісійні, кредитні та ін. банки; транспортні і складські мережі; комунікаційні системи. У забезпеченні безперервного руху товарів вирішальну роль займають постачальницько-збутові організації-посередники, дилерська мережа підприємств оптової і роздрібною торгівлі, пункти прокату і лізингу, ремонтні та сервісні центри по обслуговуванню виробів у споживача, страхові, аудиторські, холдингові, брокерські компанії, торгові дома, аукціони, рекламні агентства, виставки, система зовнішньоторговельних організацій.

13 Поняття маркетингу, його концепції та різновиди [5]

Маркетинг – це виробничо-комерційна діяльність підприємства, спрямована на виявлення та задоволення потреб у його продукції (послугах) через продаж її на ринку з метою отримання прибутку.

Маркетинг виконує наступні **функції**:

- комплексне дослідження ринку, його структуризація (сегментування), аналіз і прогнозування попиту;
- вибір сегментів ринку, прийнятних для підприємства;
- визначення номенклатури та асортименту продукції для ринку;
- розробка стратегії виходу на ринок, аналіз можливих дій конкурентів;

- здійснення комплексу маркетингових заходів: розробка і реалізація товарної, цінової, збутової і комунікаційної політики підприємства;
 - організація маркетингової діяльності (створення маркетингових служб);
 - контроль маркетингової діяльності та оцінювання її ефективності.
- Існує безліч визначень «маркетингу». На сьогоднішній день розроблено сім наукових підходів до тлумачення цього терміну (табл. 1).

Таблиця 1 – Наукові підходи до вивчення маркетингу

Підхід	Основний зміст
1. Концептуальний	пов'язаний із загальним уявленням про маркетинг, виокремленням його як системи поглядів, бізнес-філософії в умовах ринкових відносин і конкуренції
2. Функціональний	ґрунтується на розумінні цього терміну через виконання маркетингових функцій на підприємстві
3. Товарний	маркетинг трактується як діяльність із продуктування і реалізації товарів виходячи з їх цінності, а також як здатність вирішувати ті чи інші актуальні проблеми споживачів чи управляти товарами згідно з концепцією їх життєвого циклу
4. Системно–поведінковий	репрезентує маркетинг через призму змін до відповідних соціально-економічних системах, які впливають на поведінку суб'єкта господарювання на певному ринку
5. Інституційний	полягає в розумінні маркетингу як системи з багатьма елементами, які взаємодіють один з одним і з елементами зовнішніх систем
6. Національний	передбачає розгляд тих особливостей маркетингу, які визначаються національними традиціями, історично сформованими методами і способами торгівлі, ставленням до підприємницької активності в окремих країнах
7. Управлінський	передбачає тісний зв'язок маркетингу з управлінням підприємством, яке функціонує в конкретних умовах

Кожне з цих визначень маркетингу є правильним, але жодне з них не є повним.

Існують різні види маркетингу.

1. В залежності від орієнтації маркетингу розрізняють маркетинг, орієнтований на продукт (послугу), на споживача, і змішаний.

Маркетинг, орієнтований на продукт (продуктовий маркетинг) має на меті використання продукту (послуги) як основного інструменту виробничо-збутової діяльності. Висока якість продукції позбавляє від необхідності докладати значних зусиль для рекламування, реалізації та інших елементів маркетингової діяльності. Якісний товар продає себе сам.

Маркетинг, орієнтований на споживача, ґрунтується на наступних принципах: споживач, по-перше, завжди правий, по-друге, він віддає перевагу товарам із вищими якісними показниками, але придбаває не стільки сам товар, як річ, скільки ту споживну вартість, яка в нього втілена, для розв'язання власних виробничих проблем або для задоволення власних потреб. У зв'язку з цим головне завдання маркетингу – вивчення споживача, його побажань, пріоритетів, умов, факторів їх формування та розвитку, пропонування відповідних товарів чи послуг.

Суть *змішаного маркетингу*, а саме він переважає в сучасній підприємницькій діяльності, полягає у використанні підходів та інструментарію обох вищеназваних видів маркетингу.

2. У залежності від сфери маркетингової діяльності розрізняють маркетинг товарів споживчого попиту (споживчий маркетинг), товарів виробничо-технічного призначення (маркетинг типу business to business) і торговельний (посередницький).

Споживчий маркетинг спрямований на задоволення потреб людей (так званих кінцевих споживачів, оскільки після споживання ними товарів (наприклад продовольчих) останні назавжди перестають існувати або експлуатуються ними),

У *маркетингу виробничо-технічного призначення* (типу business to business) взаємозв'язки встановлюються між підприємствами, фірмами чи організаціями. У тому випадку, коли споживачами і постачальниками є промислові підприємства, а продукція постачається для виробництва інших товарів, маркетинг називається *промисловим*.

Посередницький маркетинг – це, з одного боку, професійне виконання спеціалізованими ринковими суб'єктами спеціальних функцій із задоволення потреб підприємців – товаровиробників зі збуту готової продукції, а з другого – потреб споживачів цієї продукції.

3. За змістом маркетингової діяльності та періодом, на який розробляється маркетингова політика підприємства, розрізняють стратегічний, тактичний та оперативний маркетинг.

Стратегічний маркетинг – це розробка та реалізація тривалої маркетингової політики підприємства (більше ніж на п'ять років) – так званої генеральної програми дій. У ній визначаються мета і завдання діяльності та розвитку підприємства, розробляється його стратегія. Найважливіший вихідний момент стратегічного маркетингу – аналіз і прогнозування реальних і потенційних потреб споживачів. Головним у стратегічному маркетингу є виявлення і освоювання перспективних ринків товарів (послуг) і груп споживачів (ринкових сегментів), забезпечення і

планомірне підвищення конкурентоспроможності продукції і підприємства в цілому, зосередження зусиль на перспективних напрямках діяльності.

Тактичний маркетинг – це розроблення середньострокових (від двох до п'яти років) програм діяльності підприємства в рамках вибраних перед цим стратегій.

Оперативний маркетинг – це розроблення та реалізація конкретного маркетингового інструментарію, засобів активного збуту продукції, своєчасне реагування на динаміку попиту на основі можливостей підприємства та стану ринку.

4. У залежності від ступеня диференціації маркетингової діяльності розрізняють масовий та диференційований маркетинг.

Масовий маркетинг – це діяльність, яка передбачає прогнозування універсальних товарів для всього ринку (всіх споживачів).

Диференційований маркетинг передбачає сегментацію ринку, тобто його розподіл на однорідні частини та обслуговування цих частин (сегментів) з урахуванням їх характеристик і особливостей. Рівень сегментації ринку може бути різним, аж до окремих суб'єктів. В такому випадку диференційований маркетинг називають індивідуальним.

5. За видами попиту розрізняють маркетинг конверсійний, стимулюючий, ремаркетинг, синхромаркетинг, розвивальний, підтримувальний, демаркетинг, маркетинг–реагування, маркетинг–протидія, персональний, інноваційний (креативний) (табл. 2).

Таблиця 2 – Взаємозв'язок попиту та видів маркетингу

Вид попиту	Вид маркетингу	Зміст маркетингової діяльності
Негативний (відторгнутий споживачем)	конверсійний	створення активного попиту через зниження цін, стимулювання збуту, поліпшення якості товару
Нульовий	стимулювальний	надання товару нових характеристик, рекламування, пропонування товарів іншим ринкам (сегментам)
Дегресуючий	ремаркетинг	надання товару ринкової новизни
Сезонний (нерегулярний)	синхромаркетинг	згладжування сезонних коливань виробництва та продажу, використання гнучких цін, політики знижок
Латентний	розвивальний	стимулювання попиту, якості товарів, сервісу
Повноцінний	підтримувальний	підтримання попиту, якості товарів, сервісу
Ажіотажний	демаркетинг	тимчасове зниження рекламної активності, посилення збутової діяльності

Оманливий (не враховано всі фактори)	маркетинг–реагування, «короткозорий»	наголошування на оперативному управлінні діяльністю
Небажаний	маркетинг–протидія	скорочення небажаного попиту
Унікальний	персональний	розвиток сервісу, персональний продаж
Креативний	інноваційний	розробка і пропозиція ринку нових товарів

6. У залежності від функціонального напрямку діяльності розрізняють маркетинг виробничий, товарний, збутовий, управлінський і стратегічний.

Об'єктом маркетингу є комплекс «потреби – товар – ціна – реклама – збут». Центральне місце в цьому комплексі займає товар – це все, що продається з метою задоволення певних потреб (продукція, послуги, ресурси, ідеї тощо).

У широкому розумінні маркетинг – це не просто різновид діяльності, а ринкова концепція управління виробництвом, коли ідея – задоволення потреб через ринок – стає основною для всіх підрозділів підприємства (проектно-конструкторських, технолого-виробничих, фінансово-комерційних). Це означає, що маркетинг інтегрує всі фази підприємницької діяльності й підпорядковує їх інтересам підприємства на ринку. Маркетинг цілком узалежнює виробництво продукції від попиту на неї (від можливості її продати).

Маркетинг підприємства ґрунтується на наступних **принципах**:

- орієнтація усіх сфер діяльності підприємства на задоволення потреб споживача та одержання прибутку;
- цілеспрямований та активний вплив на попит і його розвиток;
- гнучке реагування виробництва на зміну потреб і попиту покупців;
- використання ціноутворення як механізму реагування і впливу на кон'юнктуру ринку;
- вибір ефективних форм і методів доставки, реклами та продажу продукції;
- підтримка творчої атмосфери серед працівників, причетних до маркетинговою діяльністю, заохочення їхньої активності (ініціативи) щодо прийняття маркетингових рішень.

У своєму розвитку маркетинг зазнав помітної еволюції. Етапи еволюції маркетингу можна охарактеризувати через зміну його концепцій. **Концепція маркетингу** – це загальний підхід підприємства до досягнення своєї мети на ринку. Відомо **п'ять концепцій маркетингу**: виробнича, продуктова, комерційна, індивідуального маркетингу, соціального маркетингу.

Виробнича концепція передбачає зосередження всіх зусиль підприємства на вдосконалення виробництва й мобілізацію всіх резервів з метою розширення обсягу виготовлення продукції та зниження її

собівартості. Така концепція характерна в умовах незадоволеного попиту, і застосовується також тоді, коли собівартість продукції висока і є резерви її зниження.

Продуктова концепція спрямована на поліпшення споживчих параметрів виробів, їхніх конструктивних, експлуатаційних та інших показниках якості, що забезпечує належний збут продукції. Ця концепція відповідає потребам конкурентної боротьби, коли є можливість підвищувати конкурентоспроможність продукції через її удосконалення за умов достатньо стабільного попиту.

Комерційна концепція повинна створювати умови для забезпечення належного збуту. При цьому особлива увага приділяється активізації роботи комерційних служб. Різні форми психологічного впливу на покупця є найефективнішими тоді, коли він погано обізнаний з пропонованою продукцією та її споживчими якостями.

Концепція індивідуального маркетингу орієнтує підприємство на виявлення індивідуальних потреб покупців і спрямовує зусилля на те, щоб задовольнити ці потреби ліпше, ніж конкуренти.

Концепція соціального маркетингу не обмежується виявленням і задоволенням індивідуальних потреб як умови ефективної діяльності підприємства, а бере до уваги суспільні потреби та інтереси передусім перспективного характеру: охорону навколишнього середовища, природних ресурсів, здоров'я людей, національної безпеки тощо

Зрозуміло, що підприємство, яке мусить постійно адаптуватися до мінливого зовнішнього середовища, не реалізує тільки одну якусь концепцію. Концепції маркетингу поєднуються й використовуються комплексно, залежно від конкретних умов.

ЗАВДАННЯ

Встановити відповідність.

Концепція маркетингу	Зміст
1. Виробнича концепція маркетингу	А. Ця концепція повинна створювати умови для забезпечення належного збуту. При цьому особлива увага приділяється активізації роботи комерційних служб.
2. Продуктова концепція маркетингу	Б. Ця концепція орієнтує підприємство на виявлення індивідуальних потреб покупців і спрямовує зусилля на те, щоб задовольнити ці потреби ліпше, ніж конкуренти.
3. Комерційна концепція маркетингу	В. Ця концепція не обмежується виявленням і задоволенням індивідуальних потреб як умови ефективної діяльності підприємства, а бере до уваги суспільні потреби та інтереси передусім перспективного характеру: охорону навколишнього середовища, природних ресурсів, здоров'я людей, національної безпеки тощо.
4. Концепція соціального маркетингу	Г. Ця концепція передбачає зосередження всіх зусиль підприємства на вдосконалення виробництва й мобілізацію всіх резервів з метою розширення обсягу виготовлення продукції та зниження її собівартості.
5. Концепція індивідуального маркетингу	Д. Ця концепція спрямована на поліпшення споживчих параметрів виробів, їхніх конструктивних, експлуатаційних та інших показниках якості, що забезпечує належний збут продукції.

14 Система маркетингу та маркетингова діяльність підприємства [5]

З кінця 50-х років ХХ століття систему засобів маркетингу називають «маркетинг–мікс» (marketing–mix). У кінці 70-х років елементи цієї системи були об'єднані в чотири групи (концепція «4Р» – від початкової букви англійських назв кожної групи елементів), тобто product (продукт), place (місце), promotion (просування), price (ціна).

Центральний елемент системи «мікс» – *товар*. Тут основними інструментами маркетингової діяльності підприємства є його якість, різноманітність, зовнішній вигляд, властивості, товарна марка, упаковка, габарити, сервіс, гарантії, можливості повернення товару покупцем та ін. Головним у створенні товару як системи елементів є винайдення і реалізація суттєвих переваг для споживачів проти товарних пропозицій конкурентів у широкому діапазоні – від упаковки до екологічної безпеки. В ідеалі товар підприємства повинен бути унікальним на ринку.

Розподіл – це перш за все створення каналів збуту продукції підприємства. Саме вони мають пов'язувати підприємство з ринком, забезпечувати можливості для реалізації його продукції. Крім того, цей блок системи засобів маркетингу передбачає належні способи та методи створення збутового апарату, вибору посередників, підготовки працівників збутової сфери, розміщення товарів у відповідних торговельних закладів, формування в кожному з них оптимальної номенклатури та асортименту продукції, створення необхідних і достатніх запасів, організації транспортування та зберігання тощо.

Просування передбачає створення інформаційного взаємозв'язку підприємства зі своїм цільовим ринком. Тут головними інструментами маркетингу виступають реклама, стимулювання збуту, персональний продаж.

Суть **ціноутворення** полягає у методах визначення цін, знижок, умов оплати та торговельного кредитування покупців.

В останні роки ця концепція доповнилася ще кількома «Р», в тому числі people (споживачі), process (процеси), physical evidence (фізичні свідчення), personal (персонал), partnership (дружні стосунки зі споживачами). Ці доповнення найбільш важливі для маркетингу послуг. Для промислового маркетингу суттєвим елементом є ще одне «Р» – preferred suppliers (тривалі стосунки з кращими постачальниками).

Таким чином, з одного боку, концепція marketing-mix – це систематизований перелік можливих маркетингових інструментів, а, з іншого – оптимальне і ефективне комбінування дій в системі «продукт – ринок». Між цими двома полюсами досить велика відстань. Характер її проходження може дати належну користь (належний комерційний ефект), стати шкідливим (збитковим) або навіть катастрофічним (поразка підприємства в конкурентній боротьбі, його вихід з ринку).

Для успішного проходження шляху «товар – ринок» підприємство розробляє стратегію і тактику маркетингу. *Стратегія маркетингу* включає такі основні рішення і обґрунтування: ринок, на якому діє підприємство; особливості (стратегія) поведінки на ньому; склад і обсяг продукції, яка пропонуватиметься на ринку; розроблення нової продукції; форми й методи реклами, доставки і збуту продукції; ціни на продукцію. Реалізація маркетингової стратегії здійснюється за допомогою *тактики маркетингу* (прийняття конкретних оперативних рішень).

Стратегія і тактика маркетингу ґрунтується на вивченні ринку, його постійному аналізі та структуризації. Ринок з позиції маркетингової діяльності розглядається як сукупність реальних і потенційних покупців товарів. Головним показником ринку для продавця є *попит на його продукцію*, тобто потреба в ній, забезпечена реальною купівельною спроможністю покупця. Попит на продукцію – величина змінна, тому вивчаючи його, важливо виявити фактори, від яких він залежить. Перш за все аналізують конкурентоспроможність продукції, тобто вивчають відносну характеристику споживчих якостей власної продукції, порівнюючи її з аналогічними показниками продукції конкурентів.

Вивчення ринку не обмежується аналізом попиту й конкурентоспроможності продукції. З'ясовуються також інші його характеристики: географія ринку і його сегменти, на яких діє підприємство; місткість ринку і можлива частка підприємства на ньому при сприятливих і несприятливих умовах; основні конкуренти, особливості їхньої продукції і стратегії маркетингу; прогнозна оцінка кон'юнктури ринку на найближчий рік і перспективу (2–5 років): динаміка попиту, зміна гостроти конкуренції, цінової політики тощо.

Ринок як сукупність його покупців можна структуризувати, тобто розділити за певними ознаками на групи – сегменти. Той чи інший *сегмент ринку* складається з покупців, які мають близькі мотиви щодо купівлі певного товару і приблизно однаково реагують на маркетингові дії підприємства (варіант продукції, рекламу, ціну тощо.). Сегментація дозволяє вибрати привабливих для підприємств сфер ринку (цільових сегментів) і сконцентрувати на них основну увагу.

На основі аналізу сукупності покупців вибирають критерії сегментації, які є різними для ринку товарів народного споживання й товарів виробничого призначення. Для предметів народного споживання до таких критеріїв належать: географічні (ринок розмежовується територіально), демографічні (стать, вік, рівень доходів, освіта людей), соціальні (суспільні групи, партії), психографічні (тип особистості, характер поведінки, спосіб життя). Для товарів виробничого призначення до таких критеріїв відносяться: географічні, галузеві, «потужність» споживача (великі, середні, малі підприємства), стабільність клієнтури (постійні, періодичні, епізодичні споживачі).

Сегментація дозволяє вибрати стратегії охоплення ринку. До таких стратегій належать: недиференційований, диференційований і концентрований маркетинг.

Стратегія недиференційованого маркетингу економічна, тобто вимагає відносно невеликих витрат на вивчення ринку, рекламу, канали збуту внаслідок масового стандартизованого виробництва. Однак за умови конкурентної боротьби вона не завжди буває ефективною.

Стратегія диференційованого маркетингу більшою мірою відповідає умовам конкурентної боротьби, бо орієнтується на специфічні потреби окремих груп споживачів. Однак ця стратегія вимагає великих маркетингових витрат і добре організованої служби маркетингу.

Стратегія концентрованого маркетингу пов'язана з підвищеним ризиком. При несприятливій кон'юктурі на обраному сегменті ринку підприємство може опинитися у складному фінансовому стані. Присутність підприємства на кількох сегментах зменшує ризик. Концентрований маркетинг є найбільш прийнятним для підприємств з обмеженими ресурсами та однорідним виробництвом, тобто для підприємств сфери малого бізнесу.

Найбільш відомими маркетинговими стратегіями є такі.

1. *Стратегія проникнення на ринок* полягає в тому, що основним завданням підприємства стає інтенсифікація руху товарів, раціоналізація збуту продукції на раніше освоєному ринку. Змін в продукцію не вносять, вона орієнтується на ту ж групу покупців (сегмент). Розв'язання задач цієї стратегії можна досягти різними способами в залежності від особливостей продукції і ситуації на ринку: інтенсифікацією реклами, розширенням збутової мережі, зниженням цін. Цей варіант стратегії найпростіший і найекономічніший. Проте успішним він буває передусім за умови низького насичення ринку товаром і невисокої конкуренції. Важливе значення при цьому має етап життєвого циклу товару. Стратегія є прийнятною для раннього і середнього етапів життєвого циклів продукції, але безперспективною для кінцевого етапу, коли продукція стає застарілою.

2. *Стратегія розширення меж ринку* (розвитку ринку) передбачає вихід з традиційною продукцією на нові сегменти ринку, тобто туди, де її раніше не продавали. Ця стратегія потребує додаткових витрат на вивчення нових ринків, рекламування, організацію доставки і продажу там продукції. Її застосовувати доцільно тоді, коли існуючий ринок насичений товаром, а резерви виробничої потужності та конкурентоспроможність продукції дозволяють збільшити обсяг її виробництва і продажу.

3. *Стратегія вдосконалення продукції* (розвитку товару) орієнтує підприємство на модифікацію продукції підприємства. Така продукція призначена для тієї ж самої групи покупців, але більше відповідає їхнім потребам за складом, конструкцією чи формою, є досконалішою й відповідно конкурентоспроможнішою. Ця стратегія застосовується тоді, коли продукція, яку виготовляє підприємство, застаріла, попит на неї падає, відбувається енергійне витіснення її аналогічною продукцією

конкурентів. Вона вимагає значних витрат на розробку та освоєння виробництва нової продукції, її рекламування. Позитивним у ній є орієнтація на перспективу і діяльність на добре вивченому ринку.

4. *Стратегія диференціації* означає, що підприємство розширює номенклатуру своєї продукції і постачає нові товари на нові ринки, освоює суміжні галузі виробництва. Диференціація може мати різні форми. Широко використовується така її форма, як освоєння нової продукції, яка за технологією виробництва, експлуатаційними характеристиками є дуже близькою до продукції, яка вже виготовляється. Іноді диференціація приймає конгломеративної форми, коли освоюються нові вироби й сфери діяльності, які не мають зв'язку з діючим виробництвом. Така диференціація є організаційно складнішою. Диференціація як стратегія виходу на ринок потребує значних витрат і повинна бути ретельно обґрунтованою. Вона під силу фінансово стабільним підприємствам і застосовується насамперед тоді, коли діяльність в рамках однієї галузі виробництва починає обмежувати зростання обсягу продажу й розвиток підприємства. Диференціація є також засобом підвищення фінансової стійкості підприємства на ринку та зниження ризику банкрутства

ЗАВДАННЯ

Установити відповідність.

Стратегія маркетингу	Сутність стратегії
1. Стратегія проникнення на ринок	А. Ця стратегія орієнтує підприємство на модифікацію продукції підприємства. Ця стратегія застосовується тоді, коли продукція, яку виготовляє підприємство, застаріла, попит на неї падає, відбувається енергійне витіснення її аналогічною продукцією конкурентів. Вона вимагає значних витрат на розробку та освоєння виробництва нової продукції, її рекламування.
2. Стратегія диференціації	Б. Ця стратегія передбачає вихід з традиційною продукцією на нові сегменти ринку, тобто туди, де її раніше не продавали. Ця стратегія потребує додаткових витрат на вивчення нових ринків, рекламування, організацію доставки і продажу там продукції. Її застосовувати доцільно тоді, коли існуючий ринок насичений товаром, а резерви виробничої потужності та конкурентоспроможність продукції дозволяють збільшити обсяг її виробництва і продажу.
3. Стратегія вдосконалення продукції	В. Ця стратегія означає, що підприємство розширює номенклатуру своєї продукції і постачає нові товари на нові ринки, освоює суміжні галузі виробництва. Одна з форм цієї стратегії полягає в освоєнні нової продукції, яка за технологією виробництва, експлуатаційними характеристиками дуже близька до продукції, яка вже виготовляється.
4. Стратегія розширення меж ринку	Г. Ця стратегія полягає в тому, що основним завданням підприємства стає інтенсифікація руху товарів, раціоналізація збуту продукції на раніше освоєному ринку. Змін в продукцію не вносять, вона орієнтується на ту ж групу покупців. Цей варіант стратегії найпростіший і найекономічніший. Проте успішним він буває передусім за умови низького насичення ринку товаром і невисокої конкуренції. Стратегія є прийнятною для раннього і середнього етапів життєвого циклів продукції, але безперспективною для кінцевого етапу, коли продукція стає застарілою.

15 Товарна політика підприємства: сутність та складові [5]

Товарна політика – це комплекс заходів, які націлюються виробничо-комерційну діяльність підприємства на підвищення конкурентоспроможності продукції (послуг) та формування раціонального товарного портфеля для задоволення потреб споживачів і отримання прибутку.

Товарна політика передбачає стратегічні й тактичні дії суб'єкта господарювання або наявність у нього заздалегідь обміркованих принципів поведінки щодо формування асортименту товарів та управління ним, з урахуванням їх конкурентоспроможності, визначення відповідних оптимальних ніш (сегментів) ринку, розроблення упаковки, маркування, здійснення продажу й післяпродажного сервісу.

Кожне виробниче або торгове підприємство повинно здійснювати свою товарну політику на основі принципів маркетингу, орієнтуючись на вимоги та попит споживачів. У цьому і полягає суть маркетингової товарної політики.

Товарна політика включає в себе асортиментну політику, брендинг, а також передбачає використання товарних стратегій.

Асортиментна політика – це формування асортименту продукції в залежності від потреб ринку, фінансового стану підприємства та його місії і стратегічних цілей. Зазвичай асортиментна політика має довгострокові цілі.

Брендинг – це комплекс робіт, спрямований на створення торговельної марки і формування прихильності до неї споживача.

Товарна стратегія – центральні напрямки (пріоритети) товарної політики, дотримуючись яких підприємство може забезпечувати стабільний обсяг продажу, нарощування доданої вартості і прибуток на всіх стадіях життєвого циклу товару. Зазвичай до товарних стратегій належать: стратегія інновації, стратегія варіації, стратегія елімінування товару чи послуг. Таким чином, товарні стратегії відображають напрями оптимізації товарної номенклатури і визначення асортименту товарів, які створюють умови для забезпечення стабільної конкурентоспроможності й ефективної діяльності фірми.

Стратегія інновації товару (послуги) – стратегія виведення на ринок нових товарів (послуг). Інновація товару – процес безперервного вдосконалення продукту, пов'язаний зі створенням оригінальних, поліпшених або модифікованих продуктів. При інновації товару використовують способи диференціації та диверсифікації продукту.

З диверсифікацією пов'язуються розширення виробничої програми через виготовлення нової продукції для експансії ринків. У такий спосіб підприємство може швидко проникнути на кілька ринків і поступово збільшувати свою частку на них. Розрізняють такі види диверсифікації

товарної політики: горизонтальна (концентрична); вертикальна; позовжня.

При горизонтальній диверсифікації підприємство додає до своєї номенклатури нові види продукції, які виготовляються з використанням традиційних технологій. Наприклад, меблевий комбінат поряд з корпусними меблями додатково може виготовляти шафи-купе.

Вертикальна диверсифікація має місце тоді, коли наявна товарна номенклатура доповнюється продукцією попередніх та наступних циклів виробництва. Наприклад, завод безалкогольних напоїв купує агрофірму для забезпечення виробничого процесу власною сировиною і займається установкою автоматів прохолодних напоїв.

Ознакою позовжньої диверсифікації є прагнення підприємства увійти в галузі, які не мають нічого спільного з його традиційною діяльністю. Така диверсифікація дуже складна. Її здійснюють підприємства зі значним науково-технічним, технологічним, фінансовим і управлінським потенціалом, мають гнучкі технології і висококваліфіковані кадри. Прикладом позовжньої диверсифікації є підприємство, що займається виробництвом і продажем будівельних матеріалів, м'ясних напівфабрикатів, взуття, надає юридичні та консалтингові послуги.

Використовуючи різні види диверсифікації, підприємство прагне зменшити підприємницькі ризики під час насичення і спаду ринку, кон'юнктурних коливань попиту. Диверсифікація дає можливість раціонально використовувати ресурси підприємства і податкові переваги, підвищувати рівень завантаження виробничих потужностей.

Стратегія варіації товару (послуги) – заходи, спрямовані на модифікацію товару, який вже виготовляється і перебуває на ринку, шляхом зміни окремих його властивостей або показників якості. При варіації товару можуть змінюватися фізичні (матеріал, якість), естетичні (дизайн, колір, форма) або символічні (назва, марка товару) властивості товару.

Стратегія елімінації товару (послуги) – стратегія вилучення товару з виробничої програми підприємства. Для перевірки товару на необхідність його елімінації використовують такі критерії: динаміка обсягів продажів, коливання частки ринку, місце в життєвому циклі, частка обороту товару в загальному товарообігу підприємства, рентабельність продукції, оборот і вартість капіталу.

ЗАВДАННЯ

Який це вид диференціації діяльності підприємства, якщо у своїй діяльності підприємство додає до своєї номенклатури нові види продукції, які виготовляються з використанням традиційних технологій:

1. комбінована;

2. вертикальна;
3. горизонтальна;

Який це вид диференціації діяльності підприємства, якщо підприємство при виготовленні наявної товарної номенклатури додає продукцією попередніх та наступних циклів виробництва:

1. комбінована;
2. вертикальна;
3. горизонтальна;

16 Життєвий цикл товару [5]

Формування товарної політики залежить від життєвого циклу товару.

Життєвий цикл товару – концепція, яка характеризує динаміку обсягів збуту і прибутку від реалізації товару, пропонує заходи щодо стратегії і тактики маркетингу з моменту виходу товару на ринок і до моменту його виходу з ринку. Вперше опублікована американським економістом Т. Левітом в 1965 р. концепція життєвого циклу товару – це, безперечно, лише теоретична модель «життя» товару в період його перебування на ринку. Проте ця модель широко використовується в маркетинговій практиці, дає можливість описати і проаналізувати ринковий життєвий цикл не тільки товарів, але і політичних партій, громадських діячів, ідей тощо.

Класичну модель життєвого циклу товару можна побудувати у вигляді графіка, який ілюструє динаміку обсягів продажів і прибутку від реалізації за весь час перебування товару на ринку.

Прийнято розрізняти наступні фази життєвого циклу товару:

- I – дослідження та розроблення товару;
- II – запровадження товару на ринок;
- III – розширення ринку збуту;
- IV – використання переваг;
- V – зрілість товару;
- VI – насиченість ринку;
- VII – витискування товару з ринку.

Дослідження життєвого циклу товару важливо з наступних причин:

- прискорення темпів науково-технічного прогресу сприяє значному скороченню ринкового циклу товару;
- нова (особливо технічно складна) продукція потребує значних інвестицій;
- концепція життєвого циклу дає можливість проводити фундаментальний аналіз товарного асортименту, забезпечення збалансованого поєднання нових, тих, що знаходяться на стадії зростання, і зрілих товарів тощо.

Слід зазначити, що для типового товару найменш короткою є стадія виходу товару на ринок, а найбільш тривалою – стадія спаду обсягів продажів. Вивчаючи графічний вигляд різних кривих життєвого циклу товару, можна отримати наступні висновки:

- середовище господарювання підприємства змінюється на кожному етапі життєвого циклу товару;
- структура витрат на різних етапах життєвого циклу неоднорідна;
- розміри прибутку змінюються в залежності від етапу життєвого циклу;
- на кожному етапі життєвого циклу товару слід визначати пріоритетну стратегічну мету;
- діяльність підприємства має бути адаптована до кожного етапу життєвого циклу.

Основною ідеєю концепції життєвого циклу товару є підтвердження тимчасового характеру ринкового життя товару. Навіть товари зі стрімким зростанням обсягів продажу і прибутку колись проходили етапи зрілості, насичення і витиснення з ринку. У зв'язку з цим кожне підприємство повинно своєчасно забезпечити заміну існуючих товарів новими.

ЗАВДАННЯ

Розташуйте у вірній послідовності етапи життєвого циклу товару:

Номер етапу	Зміст етапу
I	А. Розширення ринку збуту
II	Б. Зрілість товару
III	В. Витискування товару з ринку
IV	Г. Дослідження та розроблення товару
V	Д. Використання переваг
VI	Е. Насиченість ринку
VII	Ж. Запровадження товару на ринок

17 Формування та управління асортиментом товарів [5]

Важливу роль в діяльності підприємства займає проблема формування асортименту товарів.

Асортимент товарів – це сукупність їх видів, різновидів і гатунків, поєднаних за певною ознакою. Існують різні види асортименту товарів.

Залежно від складності асортименту розрізняють товари простого і складного асортименту. Товари *простого асортименту* мають незначну кількість видів і гатунків (овочі, сіль, борошно тощо). Товари, що мають в

межах одного виду внутрішню класифікацію за різними ознаками (фасон, розмір) відносяться до товарів *складного асортименту* (одяг, взуття).

Товарні групи поділяють на *товарні підгрупи*, до яких входять товари, однорідні за ознакою єдності виробничого походження (наприклад, взуття шкіряне, текстильне, гумове тощо).

Кожна підгрупа складається з товарів різних видів. Під *видом* товару розуміють однакові товари, але для різних споживачів (чоботи – жіночі, чоловічі та дитячі). У середині кожного виду товари ділять за певними ознаками (артикулами, гатунками), тобто на *різновиди*.

З огляду на розподіл товарів на групи, підгрупи і види, асортимент товарів також ділять на груповий і внутрішньогруповий (розгорнутий).

Груповий асортимент – це перелік товарних груп, включених до номенклатури підприємства.

Внутрішньогруповий (розгорнений) асортимент – це деталізація групового асортименту за конкретними видами й різновидами товарів.

Ці два поняття, в свою чергу, тісно пов'язані з поняттям широти і глибини асортименту. *Широта асортименту* визначається кількістю товарних груп, а *глибина* – кількістю різновидів товару в рамках кожної товарної групи. Чим більше товарів різних найменувань в певній товарній групі, тим асортимент глибший, а чим більше різних товарних груп в магазині, тим асортимент ширший.

Торговий асортимент має таку специфічну характеристику, як сумісність (збалансованість). Сумісність асортименту – це результат логічного і послідовного поєднання різних товарних груп відповідно до цілей торговельного підприємства і можливостей ринку.

Формування асортименту – це процес підбору груп, видів і різновидів товарів. Асортимент формується в усіх ланках руху товарів – від виробництва до роздрібного продажу. У кожному з цих ланок асортимент товарів різний. Орієнтиром будь-якого підприємства при формуванні асортименту є торговий асортимент магазинів, який повинен задовольнити потреби кінцевих споживачів.

Рішення, щодо формування товарного асортименту ухвалюються виходячи з ситуації на ринку, загальноекономічної та маркетингової стратегії підприємства, його ресурсних можливостей.

Широкий і глибокий асортимент продукції, орієнтованої на запити різних груп споживачів, підвищує адаптивні можливості підприємства до змін ситуації на ринку і зменшує ризик затоварення продукцією, проте в цій ситуації значно ускладнюється організація виробництва і збуту, а також система управління підприємством. При цьому простішим і менш ризикованим для товаровиробника є збільшення глибини асортименту, ніж його розширення, пов'язане з розробленням нових товарних ліній.

Поглиблення асортименту забезпечує більший ступінь урахування специфіки запитів різних груп споживачів. На цьому базується стратегія диверсифікації – одна з двох конкурентних стратегій. Іншою є стратегія

лідерства за витратами, що передбачає виробництво стандартизованих дешевих товарів.

Розширення асортименту збільшує стійкість підприємства на ринку, особливо якщо товарні лінії значно відрізняються за сферою використання і цільовими групами споживачів. У цьому випадку при втраті інтересу споживачів до одних товарних ліній підприємство може вижити і розвиватися за рахунок інших, виводячи з асортименту види продукції, які не користуються попитом споживачів і вводячи нові. Аналіз ефективності товарного портфеля повинен здійснюватися постійно і узгоджуватися з новими ринковими можливостями.

При формуванні асортименту товарів підприємства необхідно враховувати такі фактори:

- темпи науково-технічного прогресу;
- зміни в структурі ринкового попиту;
- фінансові можливості підприємства;
- виробничі і маркетингові «ноу-хау»;
- рівень конкуренції;
- зміни в асортиментній політиці конкурентів.

18 Бренд: поняття, технологія створення та розвитку [5]

Бренд (по англ. brand) – тавро, розплавлене залізо, головешка. Цей термін почав вживатися в скотарстві, коли власники отар мітили свою худобу особливим тавром для розпізнавання. Фахівці-маркетологи відзначають на необхідність проведення чіткої межі в тлумаченні понять «товар» і «бренд». «Товар, – зазначають вони, можна відчутти, доторкнутися до нього, побачити. Він має фізичні властивості, відрізняється ціною та іншими характеристиками. Бренд – ширше поняття. Бренд – це те, що споживачі відчують до продукту, це – прихильність до нього, персональні якості, які вони приписують продукту, довіра і вірність, які вони надають виробу».

Бренд – це не тільки торгова марка (назва, географічне зображення, звукові символи) компанії чи товару, а й додаткові складові: образ у свідомості споживача, механізм диференціювання товару, індивідуальність, правовий інструмент, система комунікації із споживачами.

Тобто сучасне трактування поняття «бренд» ототожнюється з сукупністю багатьох аспектів – від марки як цілісної концепції виробника до сприйняття свідомістю споживача сукупності функціональних і емоційних елементів, що поєднуються з самим товаром та способами його подання споживачу.

Брендом може бути товар (товарний бренд), компанія (корпоративний бренд), ім'я людини або сайт.

Бренд є складним об'єктом сприйняття. Він може об'єднувати до шести категорій властивостей. Це: атрибути, вигоди, цінності, культура, індивідуальність і його користувачі.

Атрибути – функціональні властивості товару. Атрибути бренду викликають у свідомості покупця насамперед асоціації з незмінно високою якістю товару. До них відносять функціональні і емоційні вигоди і переваги для покупця. Бренд може висловлювати певну систему цінностей, культуру і спосіб цільової аудиторії, а також викликати індивідуальний образ в свідомості споживача. Тому при розробці та просуванні бренду необхідно робити акцент не тільки на атрибути і вигоди товару, а й на цінності, культуру і індивідуальність, так як вони найбільш стійкі і визначають сутність бренду.

Необхідно відзначити, що навіть найкращі атрибути товару не гарантують йому успіх і перетворення в бренд. Всі зусилля можуть не дати ніякого ефекту, якщо не налагоджені збутова мережа і логістика, тобто якщо товар погано поданий у торгових точках. Особливо це важливо для товарів масового споживання. Американські дослідження показують, щоб потрапити в рейтинг «Сто кращих глобальних брендів» (наприклад, «Coca-Cola», «McDonald's», «Mercedes»), необхідно витратити більше 1 млрд. дол. США на створення бренду.

До найбільш відомих українських брендів відносять «Торчин», «Чумак», «Верес», «Оболонь», «Світоч» (продукти харчування), «Київстар» (зв'язок), «Дарниця» (фармацевтика), «АТБ», «Екомаркет» (мережа магазинів).

Вартість бренду складається з трьох основних параметрів: реальної вартості акцій торгової марки на ринку, лояльності і стійкості бренду і його віртуального образу або іміджу.

Процес створення і просування бренду називається **брендингом**. Існує два підходи в здійсненні брендингу: власними силами і за допомогою відповідних фірм (як правило, рекламних і PR-агенцій). Перший шлях дає можливість заощадити кошти, але вимагає певних зусиль на обробку концепції брендингу. Функція рекламних і PR-агенств зводиться в цьому випадку до втілення головних ідей.

Про якість брендингу свідчить зростання обсягів продажів і поінформованість про нього серед потенційних користувачів. Зростання обсягів продажу бренду є найважливішим визнанням продукції компанії з боку споживачів. Інформованість про бренд визначає можливість потенційного покупця згадати властивості бренду перш за все за назвою. Розрізняють декілька рівнів інформованості, від активної до пасивної. Активна пізнаванність означає, що покупець без підказки може згадати якість бренду. Пасивна пізнаванність – спогад про якість бренду з підказкою про властивості бренду. Пасивна пізнаванність також важлива, особливо коли необхідно вибирати між невідомим товаром і відомим, але раніше жодного разу не купленим.

Головні асоціації щодо бренду пов'язані з якістю товару і позитивним іміджем. За фінансовим успіхом бренду стоїть очікувана якість.

Створення бренду – це творчість, що базується на глибокому знанні ринку. Початок роботи над будь-яким брендом починається з його позиціонування на ринку, тобто визначення його місця в свідомості споживачів цільового сегмента щодо товарів конкурентів. При створенні бренду прагнуть не перевантажувати його багатьма ідеями, а вибирати найбільш цінну і найбільш цікаву для споживача. Найбільш поширеним принципом формування бренду вважається використання унікальних властивостей товару. Якщо товар не має унікальних властивостей, оригінальну ідею слід шукати в сфері його виробництва (де, ким і як виготовляється) або споживання (хто, де і чому користується). Крім того, є такі теми, які привертають підвищену увагу людей. Якщо їх використовувати як головну ідею бренду, ймовірність його конкурентоспроможності значно зросте. Маркетологи до таких тем відносять: автомобілі, гроші (як їх заробити), діти, тварини, відомі особистості, катастрофи, королівські родини, мода, пророцтва, продукти харчування, розваги, весілля, скандали (світська хроніка), спорт, гумор.

Створення кожного елемента бренду вимагає спеціальних навичок. Так, для створення графічного зображення необхідний професійний дизайнер. Відомо, що для вираження ідеї бренду через той чи інший символ слід враховувати закони сприйняття графічних зображень. Створення звукового символу бренду також вимагає участі відповідних фахівців.

Найбільш важливим серед всіх компонентів бренду є назва товару. Процес розробки назви для фірми, торгової марки (бренду) називається **неймінгом**. Термін «неймінг» походить від англійського дієслова «to name» – називати, давати ім'я – і означає професійну діяльність, яка пов'язана зі створенням виразної, оригінальної назви для компанії або товару, яка добре запам'ятовується. На сьогодні неймінг стає окремою сферою бізнесу, яка здатна приносити значні прибутки.

ЗАВДАННЯ

Що таке бренд:

1. вид товару;
2. торгова марка компанії чи товару;
3. сукупність властивостей товару;

Які параметри оцінюється вартість бренду:

1. іміджу бренду;

2. рентабельністю продукції компанії, носія бренду
3. вартості акцій компанії, носія бренда, на ринку;
4. лояльності і стійкості бренду;

Що таке брендинг:

1. процес створенні нового виду товару;
2. процес реклами товару;
3. процес створення і просування бренду;

Які підходи до процесу створення і просування бренду Ви знаєте:

1. підприємство створює бренд за допомогою PR-агенцій;
2. підприємство працює без бренду;
3. підприємство створює бренд власними силами;

Які явища свідчать про те, що підприємство володіє якісним брендом:

1. зниження плинності персоналу підприємства;
2. обсяги реалізації продукції почали зростати;
3. рівень рентабельності продукції підприємства носить сталий характер;

19 Інструменти створення іміджу товару на ринку [5]

Від того, як виглядає товар в очах покупців, залежить його продаж. Тому підприємство постійно веде роботу зі створення відповідного іміджу товару на ринку.

До інструментів створення іміджу товару на ринку можна віднести: розробку і реєстрацію торгової марки; дизайн упаковки, маркування та кодування товару; рекламні повідомлення; вибір форми, матеріалу і кольору товару; передпродажний і післяпродажний сервіс.

Торговельна марка. У Цивільному кодексі України зазначено, що «торговельною маркою може бути будь-яке позначення, яке придатне для вирізнення товарів (послуг), що виробляються (надаються) однією особою, від товарів (послуг), що виробляються (надаються) іншими особами. Такими позначеннями можуть бути: слова, літери, цифри, зображувальні елементи, комбінації кольорів».

Використанням торговельної марки у сфері господарювання називається її зображення на упаковці товарів, у рекламі, друкованих виданнях, на вивісках, в проспектах, в рахунках, на бланках та в іншій документації.

Упаковка. Упаковка є інструментом маркетингу, складовою іміджу підприємства і предметом новаторського пошуку. Вартість упаковки в середньому становить 10% від ціни товару. До упаковки також відносяться етикетки. Етикетка містить назву продукту, товарний знак, штрих-код, рекламну інформацію, інструкції для зберігання і використання.

Маркування та кодування товару. Велике значення для вирішення проблеми достовірності інформації на упаковці та ідентифікації продукції має широке використання системи штрихового кодування товарів. Штрих-код інформує споживача про склад компонентів, з яких виготовлено товар, відповідність стандартам якості і екологічної безпеки, про характеристики товару, товаровиробника і ін.

Передпродажний сервіс. Виділяють два основних підходи до забезпечення передпродажного сервісу. Перший полягає в наданні споживачам певного мінімального ряду послуг для зниження витрат на реалізацію продукції, і, відповідно, роздрібних цін. Другий передбачає високий рівень сервісу, що забезпечує значні конкурентні переваги і збільшує кількість лояльних споживачів та підвищує імідж товаровиробника. У довгостроковій перспективі це забезпечує зростання прибутку за рахунок багаторазового продажу товарів постійним споживачам і зменшує відносні витрати на забезпечення високого рівня сервісу.

Післяпродажний сервіс. Дає можливість істотно підвищити привабливість товару в уявленні споживача. До нього відносяться: гарантії, кредитування споживачів, комплектація товару за вимогами замовника, доставка товару до місця експлуатації і його монтаж, ремонт, консультації споживачів в процесі використання ними товару, заміна товару і повернення грошей.

20 Якість і конкурентоспроможність продукції [5]

Якість як економічна категорія відображає сукупність властивостей продукції, які обумовлюють міру її придатності задовольняти потреби споживачів відповідно до свого призначення.

Продукція (послуга) своїми властивостями повинна найбільшою мірою задовольняти конкретні потреби споживачів. Споживач, з огляду на широкий вибір товарів на ринку, має можливість поєднати альтернативні варіанти, перш за все за критерієм співвідношення цінності (корисності) і вартості.

Поряд з якістю існує поняття **технічного рівня** певних видів продукції. Це поняття за змістом вужче порівняно з поняттям якість, оскільки охоплює сукупність лише техніко-експлуатаційних характеристик. Його показники встановлюються при проектуванні переважно нових знарядь праці (машин, устаткування, приладів, транспортних засобів тощо) і відображаються в спеціальних картах технічного рівня.

Рівень якості – це кількісна характеристика міри придатності того чи іншого виду продукції для задоволення конкретного попиту на неї, яка визначається шляхом зіставлення з відповідними базовими показниками.

Оцінювання якості продукції передбачає визначення абсолютного, відносного, перспективного і оптимального її рівнів.

Абсолютний рівень якості визначається обчисленням вибраних для його вимірювання показників, не порівнюючи їх із відповідними показниками аналогічних виробів. Визначення абсолютного рівня якості є недостатнім, оскільки самі по собі абсолютні значення вимірників якості не відображають міри його відповідності сучасним вимогам. Тому одночасно визначають **відносний рівень якості** окремих видів продукції, що виготовляється (проектується), зіставляючи її показники з абсолютними показниками якості кращих вітчизняних і зарубіжних аналогів. Проте рівень якості продукції під впливом вимог споживачів повинен постійно зростати. У зв'язку з цим виникає необхідність оцінки якості виробів, виходячи з її **перспективного рівня**, що враховує пріоритетні напрями і темпи розвитку науки і техніки. Для нових видів продукції і перш за все знярядь праці доцільно визначати також **оптимальний рівень якості**, тобто такий його рівень, при якому загальна величина суспільних витрат на виробництво і використання (експлуатацію) продукції за певних умов споживання була б мінімальною.

Всі показники якості продукції поділяються на дві групи: перша – диференційовані (поодинокі) показники; друга – загальні показники якості всього обсягу продукції, що виготовляється підприємством.

Система одиничних показників якості продукції представлена в табл. 1.

Таблиця 1 – Система одиничних показників якості продукції за групами

Група показників якості	Сутнісна характеристика	Окремі показники
Призначення	характеризують корисну роботу (виконувану функцію)	– продуктивність; – потужність; – міцність; – вміст корисних речовин; – калорійність.
Надійність, довговічності та безпеки	вивчають міру забезпечення тривалості використання і належних умов праці та життєдіяльності людини	– безвідмовність роботи; – можливий термін використання; – технічний ресурс; – термін безаварійної роботи; – граничний термін зберігання.
Екологічні	характеризують ступінь шкідливого впливу на здоров'я людини та довкілля	– токсичність виробів; – вміст шкідливих речовин; – обсяг шкідливих викидів в навколишнє середовище в одиницю часу.

Економічні	відображають міру економічної вигоди виробництва продуцентом і придбання споживачем	– ціна за одиницю виробу; – прибуток з одиниці виробу; – рівень експлуатаційних витрат часу і фінансових коштів.
Ергономічні	відображають відповідність техніко-експлуатаційних параметрів виробу антропометричним, фізіологічним і психологічним вимогам працівника (споживача)	– зручність керування робочими органами; – можливість одночасного охоплення контрольованих експлуатаційних показників; – рівень шуму, вібрації тощо.
Естетичні	визначають естетичні властивості (дизайн) виробу	– виразність і оригінальність форми; – кольорове оформлення; – естетичність тари (упаковки).
Патентно-правові	відображають міру використання нових винаходів при проектуванні продукції	– коефіцієнт патентного захисту; – коефіцієнт патентної чистоти.

Найбільш складна за кількістю система показників застосовується при оцінці якості (технічного рівня) знарядь праці. Вона охоплює більшість груп одиничних показників і майже всі комплексні вимірники якості. Це перш за все надійність, довговічність, ремонтпридатність, продуктивність, патентна чистота.

Під **надійністю** розуміють властивості виробу виконувати свої функції зі збереженням експлуатаційних показників у встановлених межах протягом відповідного проміжку часу. Кількісно вона характеризується тривалістю безвідмовної роботи, тобто середньою тривалістю функціонування між двома несправностями.

Довговічність – це властивість виробу тривалий час зберігати свою здатність функціонувати за певних умов експлуатації. Її оцінюють двома головними показниками – строком служби (календарною тривалістю експлуатації до певного граничного стану) і технічним ресурсом (можливим напрацюванням у годинах).

Ремонтпридатність техніки характеризує можливість швидко виявляти й усувати несправності в ній.

Показник **патентної чистоти** виробу відображає використання при його розробці запатентованих винаходів і можливість безперешкодного продажу на світовому ринку.

До комплексних показників якості (технічного рівня) знарядь праці відносять, наприклад: коефіцієнт готовності устаткування, що

характеризує одночасно його безвідмовність і ремонтпридатність; питомі витрати на один кілометр пробігу автомобіля тощо.

Якість предметів праці оцінюється за допомогою показників технологічності їх обробки і переробки. Більшість з них відображають фізико-механічні властивості і хімічний склад предметів праці.

Показники для оцінювання якості споживчих товарів диференціюють залежно від їх конкретного призначення. Зокрема, якість продуктів харчування характеризують показниками калорійності, консистенції, смаку, запаху, терміну зберігання. Одягу і взуття – показниками міцності, естетичності.

У практиці господарювання важливо знати не лише якість окремих виробів, але й загальний рівень якості всієї сукупності продукції, що виготовляється підприємством. З цією метою використовують певну систему загальних показників якості, а саме:

- частка принципово нових (прогресивних) виробів у загальному їх обсязі;
- коефіцієнт оновлення асортименту;
- частка продукції, на яку отримано сертифікати якості;
- частка продукції для експорту в загальному її обсязі на підприємстві;
- кількість дефектів на обсяг продукції;
- відносний обсяг сезонних товарів, реалізованих за зниженими цінами.

Для визначення рівня якості продукції, що виготовляється (освоюється) підприємством, використовується кілька методів: об'єктивний, органолептичний, диференційований, комплексний. Об'єктивним і органолептичним методами користуються для визначення абсолютного рівня якості, а диференційованим і комплексним для відносного рівня якості окремих видів продукції.

Об'єктивний метод передбачає оцінювання рівня якості продукції за допомогою стендових випробувань та контрольних вимірювань, а також лабораторного аналізу. Такий метод дає найбільш точні результати і застосовується для вимірювання абсолютного рівня якості засобів виробництва та деяких властивостей споживчих товарів. Зокрема ним користуються для визначення більшості техніко-експлуатаційних показників: засобів праці – продуктивність, потужність, точність обробки матеріалів; предметів праці – вміст металу в руді, стійкість фарбування тканини; споживчих товарів – еластичність та вологостійкість взуття, вміст цукру або жиру в харчових продуктах.

Органолептичний метод ґрунтується на сприйманні властивостей продукту за допомогою органів почуттів людини (зір, слух, смак, запах, дотик) без використання технічних вимірювальних та реєстраційних засобів. Користуючись цим методом, застосовують бальну систему оцінювання показників якості, виходячи зі стандартного переліку властивостей, які найбільш повно охоплюють основні якісні

характеристики виробу. Кожній оцінці («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») відповідає певна кількість балів (наприклад, 5, 4, 3, 0).

Диференційований метод оцінювання рівня якості передбачає зіставлення одиничних показників виробів з відповідними показниками виробів-еталонів або базовими показниками стандартів (технічних умов). Оцінювання рівня якості цим методом полягає в обчисленні значень відносних показників, які порівнюються з еталонними (стандартними), які приймаються за одиницю.

Комплексний метод базується на визначенні узагальнюючого показника якості оцінюваного виробу, яким може бути інтегрований показник, який обчислюється через порівнювання корисного ефекту від споживання (експлуатації) певного виробу і загальної величини витрат на його створення і використання. Іноді для комплексного оцінювання якості використовують середньозважену арифметичну величину з використанням при її обчисленні коефіцієнтів вагомості всіх розрахункових показників.

Конкурентоспроможність – це властивість об'єкта задовольняти конкретну потребу, що визначається через порівняння з аналогічними об'єктами певного ринку. Конкурентоспроможність можна розглядати стосовно різних об'єктів: проектно-конструкторської документації, технології виробництва продукції, окремого проекту, окремої фірми (підприємства, організації), галузі, регіону, країни в цілому.

Конкурентоспроможність підприємства означає його здатність до ефективної господарської діяльності та забезпечення прибутковості за умови конкурентного ринку. Іншими словами, конкурентоспроможність підприємства – це здатність забезпечувати випуск і реалізацію конкурентоспроможної продукції.

Під конкурентоспроможністю продукції розуміють:

– властивості (сукупність властивостей) продукції (послуг) і її сервісу, які характеризуються ступенем реального або потенційного задоволення нею конкретної потреби в порівнянні з аналогічними показниками продукції, наявної на ринку;

– характеристику товару, що відображає його відмінність від товару конкурента;

– здатність товару відповідати вимогам конкретного ринку;

– здатність витримувати конкуренцію на ринку (наявність істотних конкурентних переваг над товарами інших товаровиробників), що і забезпечує його пріоритетний збут на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Таким чином, **конкурентоспроможність продукції** визначається сукупністю її властивостей, яка відображає в умовах конкуренції міру задоволення конкретної потреби в порівнянні з представленою на ринку аналогічної продукції. Конкурентоспроможність товарів закладається ще на стадії проектування. У процесі виробництва матеріалізуються найважливіші (визначальні) елементи конкурентоспроможності виробів: якість і витрати. Моделювання та визначення рівня

конкурентоспроможності продукції є необхідною умовою для її продажу на відповідному ринку.

Визначаючи конкурентоспроможність товару, виробник продукції має обов'язково знати вимоги потенційних покупців та оцінки споживачів. Тому формування конкурентоспроможності продукції починається з визначення суттєвих споживчих властивостей (потреб покупця), за якими оцінюється принципова можливість реалізувати продукцію на відповідному ринку, де покупці постійно порівнюють її характеристики з товарами конкурентів.

В цілому для визначення конкурентоспроможності продукції виробнику необхідно знати:

- конкретні вимоги потенційних покупців (споживачів) до пропонованого на ринку товару;
- можливі розміри і динаміку попиту на продукцію;
- розрахунковий рівень ринкової ціни на продукцію;
- очікуваний рівень конкуренції на ринку відповідних товарів;
- вихідні параметри продукції основних конкурентів;
- найбільш перспективні ринки для відповідного товару та етапи закріплення на них;
- термін окупності витрат, пов'язаних з проектуванням, виробництвом і просуванням на ринок нового товару.

Конкурентоспроможність конкретного об'єкта бажано вимірювати кількісно, що дає можливість управляти її рівнем. Для цього необхідна інформація, що характеризує корисний ефект цього об'єкта і об'єктів-конкурентів за нормативний термін їхньої служби й сукупні витрати протягом життєвого циклу об'єктів.

Корисний ефект – це віддача об'єкта, інтегрований показник, що розраховується на підставі окремих об'єктивних показників якості об'єкта, що задовольняють ту чи іншу потребу. Його можна вимірювати в натуральних одиницях (наприклад, продуктивність машин, устаткування), грошовому вираженні або в умовних балах (для об'єктів з кількома важливими параметрами, що доповнюють один одного).

Сукупні витрати протягом життєвого циклу – це ті витрати, які обов'язково повинні бути для того, щоб отримати від об'єкта відповідний корисний ефект.

Конкурентоспроможність об'єктів, для яких немає можливості розрахувати корисний ефект чи сукупні витрати, можна визначити за результатами експериментальної перевірки в конкретних умовах споживання, результатами пробного продажу, експертними та іншими методами.

Соціально-економічна ефективність підвищення рівня якості та конкурентоспроможності продукції полягає перш за все в наступному:

1. Високоякісна і конкурентоспроможна продукція завжди повніше та краще задовольняє суспільно-соціальні потреби в ній.

2. Підвищення якості продукції є специфічною формою прояву закону економії робочого часу: загальна сума витрат суспільної праці на виготовлення й використання продукції більш високої якості, навіть якщо досягнення такої пов'язане з додатковими витратами, істотно зменшується.

3. Конкурентоспроможна продукція забезпечує постійну фінансову стійкість підприємству, а також отримання їм максимально можливого прибутку.

4. Підвищення якості впливає не тільки на конкурентоспроможність продукції, виробництва і ефективність господарювання, а й на імідж і конкурентоспроможність підприємства.

На рівень якості та конкурентоспроможності продукції впливає безліч різнопланових чинників.

В першу чергу *технічні фактори*:

– використання досягнень науки і техніки в процесі проектування виробів;

– застосування новітніх технологій виробництва та жорстке дотримання технологічної дисципліни;

– забезпечення відповідної технічної оснащеності виробництва;

– удосконалення застосовуваних стандартів і технічних умов.

Серед технічних способів підвищення якості продукції визначальне місце займає постійне удосконалення процесу проектування виробів і рівень розвитку техніко-технологічної бази виробництва. Це обумовлено тим, що рівень якості продукції формується в процесі її проектування. Саме в цьому циклі здійснюється комплекс лабораторно-дослідних і конструкторських робіт, спрямованих на забезпечення необхідних (бажаних) техніко-економічних параметрів зразків продукції.

Досягнення запроєктованого рівня якості будь-якої продукції можна тільки за умови високої технічної оснащеності виробництва, застосування сучасної технології, суворого дотримання технологічної дисципліни.

До важливих способів підвищення якості продукції, її конкурентоспроможності на світовому і національному ринках відноситься дотримання стандартів і технічних умов.

Організаційні фактори забезпечення якості та конкурентоспроможності:

– застосування сучасних форм і методів організації виробництва та управління;

– удосконалення методів контролю та розвиток масового самоконтролю на всіх стадіях виготовлення продукції;

– розширення прямих господарських зв'язків між виробниками і покупцями (споживачами);

– узагальнення і використання передового вітчизняного та зарубіжного досвіду в сфері підвищення конкурентоспроможності продукції.

Економічні і соціальні фактори:

- застосування узгодженої системи прогнозування і планування необхідного рівня якості виробів;
- встановлення прийнятних для виробників і споживачів цін на окремі види продукції;
- використання сильнодіючої мотивації праці всіх категорій персоналу підприємства;
- всебічна активізація людського фактору і проведення кадрової політики, адаптованої до ринкових умов господарювання.

Сутність сучасної концепції управління якістю розкривається за допомогою принципів, якими має керуватися підприємство в процесі здійснення своєї діяльності. У науковій літературі існує декілька підходів до розуміння сутності принципів менеджменту якості. Перший підхід – це принципи, сформульовані Е. Демінгом, які мають не методологічний, а швидше прагматичний характер. Фактично це установки чи постулати з формування поведінки менеджерів для досягнення цілей щодо якості, сутність яких зводиться до наступного:

- 1) постійної метою діяльності повинно бути підвищення якості продукції;
- 2) не можна допустити не одного дефекту в будь-якій сфері діяльності;
- 3) необхідно вимагати від постачальників гарантії якості видів продукції, що поставляються;
- 4) не укладати контракти на поставки продукції, орієнтуючись на низькі ціни;
- 5) постачальник повинен виявляти проблеми, пов'язані з якістю, і вирішувати їх;
- 6) весь персонал підприємства повинен навчатися;
- 7) використовувати нові методи управління;
- 8) не допускати виникнення у персоналу страху відповідальності за помилки;
- 9) в діяльності відділів не повинно бути ніяких бар'єрів;
- 10) не використовувати в організації роботи заклики і гасла, не підкріплені реальними діями;
- 11) не оцінювати кількісними нормами діяльність жодного працівника;
- 12) усувати всі причини, що знижують у персоналу почуття поваги і гордості за свою організацію;
- 13) заохочувати прагнення до навчання і самоосвіти;
- 14) керівники вищої ланки управління повинні чітко формулювати свої зобов'язання щодо якості.

Сутність всієї концепції Е. Демінга можна представити у вигляді трикутника, вершинами якого є: усі – одна команда (постулати 8–9), одержимість якістю (постулати 1–6, 12–14), науковий підхід до управління якістю (постулати 7, 10–11).

Другий підхід до розуміння змісту сучасних принципів менеджменту якості закладений в основу стандарту ISO версії 2000 р.

Міжнародною організацією зі стандартизації (ISO) сформовано наступні вісім принципів управління якістю:

1. Орієнтація на споживача – організація повинна розуміти справжні і майбутні потреби споживачів, задовольняти їхні вимоги і намагатися перевищити їх надії.

2. Лідерство – лідери визначають напрями дії і створюють середовище, в якому люди можуть бути задіяні для досягнення цілей.

3. Залучення персоналу - люди є основою організації, і повне використання їх можливостей сприяє досягненню цілей.

4. Процесний підхід – система управління організацією будується на принципах управління мережею процесів.

5. Системний підхід – означає ідентифікацію, розуміння і управління системою взаємозалежних процесів за їх роллю в досягненні поставлених цілей.

6. Постійне поліпшення є стратегічною метою діяльності організації.

7. Прийняття рішень на основі фактів – ефективні рішення базуються на логічному аналізі та раціональній оцінці інформації первинних даних.

8. Взаємовигідні відносини з постачальниками – такі відносини посилюють можливості обох сторін в створенні цінностей.

З огляду на те, що процес управління в цілому є впливом суб'єкта на об'єкт шляхом реалізації управлінських функцій встановленими методами, можна стверджувати, що процес управління якістю в організації здійснюється через функції, послідовна реалізація яких забезпечує досягнення цілей компанії в сфері якості. Виділяють чотири основних функціональних підсистем системи управління якістю, які представлені в циклі Е. Демінга (PDCA). У цьому циклі передбачається виконання таких етапів робіт:

1. Планування (Plan – P) – обґрунтування цілей і сукупності процесів, які обумовлюють досягнення результатів відповідно до вимог споживачів і стратегії підприємства.

2. Виконання робіт – дія (Do– D) – реалізація процесів і оцінювання результатів.

3. Контроль результатів (Check–C) – моніторинг і порівняльний аналіз процесів і продукції (послуг) за критеріями досягнення певних цілей і вимог щодо якості.

4. Коригувальні дії (Action–A) – прийняття рішень про заходи, необхідні для поліпшення результатів.

Реалізація цих чотирьох функцій становить зміст процесу управління якістю в рамках підприємства при здійсненні впливу системи якості на виробничий процес. Для розуміння сутності процесу управління якістю велике значення має так звана «Петля якості». Згідно з нею система управління якістю охоплює всі основні процеси, які здійснюються при проектуванні, виробництві та реалізації продукції (послуг).

Таким чином, в системі управління якістю виділяють три основних етапи: якість у виробництві, формалізована якість, стратегічний менеджмент якості.

В даний час домінуючим підходом в системі управління якістю належить філософії TQM.

Всеохоплюючий менеджмент якості (Total Quality Management – TQM) – це концепція, що передбачає загальне, цілеспрямоване і добре скоординоване застосування систем і методів управління якістю в усіх сферах діяльності – від дослідження до післяпродажного обслуговування – за участю керівництва та співробітників усіх рівнів та за умови раціонального використання технічних можливостей.

Метою TQM є досягнення довгострокового успіху шляхом максимального задоволення запитів всіх груп, зацікавлених в діяльності компанії. У поняття «зацікавлені сторони» входять люди або групи, зацікавлені в успіху діяльності організації. До них відносяться споживачі, власники, працівники, постачальники та суспільство.

Завданнями TQM є поліпшення якості шляхом регулювання аналізу результатів і коригування діяльності, бажання повного усунення дефектів та зниження непродуктивних витрат, забезпечення конкурентоспроможності та завоювання довіри всіх зацікавлених груп за рахунок використання передових технологій, гнучкості, своєчасних поставок, енергії колективу.

Цикл управління в організації, що працює за принципами TQM, є цикл безперервного поліпшення всіх показників діяльності і включає три ключові аспекти:

1) планування вдосконалення (аналіз потреб споживачів, суспільства, співробітників та організації; аналіз внутрішніх можливостей організації з підвищення якості; розрахунок перспективних витрат на якість);

2) реалізація удосконалення (визначення пріоритетів серед процесів, що підлягають коригувальних дій; створення команди з удосконалення процесу; уточнення завдань; збір даних; причинно-наслідковий аналіз, планування та впровадження рішень; документування; оцінювання результатів; стандартизація);

3) самооцінка (внутріфірмова система балів).

Концепція TQM реалізується на підприємстві за допомогою сукупності прийомів і засобів за такими напрямками:

– управління якістю (на базі гуртків якості, методи Тагучі);

– управління процесами (статистичні методи контролю, аналіз характеру та наслідків відмов на стадії проектування);

– управління персоналом (методи мотивації, організація робочих груп, підвищення кваліфікації, система 5S як основа створення робочого місця);

– управління ресурсами (робота за системою «точно вчасно» та «канбан», система планування потреб в матеріалах, автоматизована система логістики).

Система TQM включає: контроль в процесі розробки нової продукції, вхідний контроль матеріалів, контроль готової продукції, оцінювання якості виробничого процесу, підвищення кваліфікації персоналу тощо.

Ефективне використання принципів TQM забезпечує:

- 1) більш високий рівень задоволення потреб споживачів;
- 2) зростання гудвілу компанії;
- 3) зростання продуктивності праці за рахунок партнерської участі всього персоналу в процесі використання TQM;
- 4) зростання продуктивності за рахунок ефективного використання ресурсів та інновацій.

21 Прогнозування та планування розвитку підприємства [5]

Прогноз – це передбачення стану об'єкта в майбутньому. Він ґрунтується як на накопиченому в минулому досвіді, так і на припущеннях щодо майбутнього з метою його визначення. Головна мета прогнозу, що розробляється менеджерами підприємства, полягає у виявленні закономірностей розвитку зовнішнього середовища господарювання і на цій основі створення уявлення про найбільш ймовірний майбутній стан середовища. Прогноз є підставою для подальшого планування діяльності підприємства в умовах того зовнішнього середовища, яке вважається найімовірнішим.

Оскільки менеджери різних підприємств мають неоднаковий досвід і знання, а також незбіжні бачення процесів розвитку ринку, остільки їхнє уявлення про майбутнє – різне. В кінцевому підсумку виграють власники тих підприємств, менеджери яких в прогнозах більш точно передбачали стан та динаміку розвитку ринку і завдяки адекватному плануванню та відповідним діям зуміли забезпечити підприємству кращу конкурентну позицію.

Найбільшого поширення набули три методи прогнозування: екстраполяції, моделювання і експертних оцінок.

В основу методів **екстраполяції** взято припущення про незмінність чинників, або відносну стабільність наявних тенденцій, що визначають розвиток підприємства. Відтак сутність екстраполяції базується на подібності умов функціонування підприємства і полягає в поширенні закономірностей його розвитку в минулому на майбутнє.

Застосування цих методів доцільне для підприємств, що функціонують на відносно стабільних ринках, в майже незмінних зовнішніх умовах, попит на продукцію яких не схильний до різних коливань (наприклад, це підприємства харчової, легкої промисловості, торгівлі, комунального обслуговування). Так, прогнозування ринку виробництва мінеральної води ґрунтується на минулих помісячних

(сезонних) даних і усереднених нормах споживання води людиною в тій чи іншій місцевості. Або, плануючи на наступний рік асортимент продукції хлібозаводу, менеджери обов'язково повинні враховувати минулі тенденції сезонності у попиту на певні види виробів та зміни платоспроможності й уподобань покупців. Проте, якщо відомо, що поряд з чинним хлібозаводом почалося будівництво нового, орієнтованого на тих же споживачів, то метод екстраполяції надійного результату не дасть, оскільки вочевидь зовнішня ситуація для діючого хлібозаводу змінилася кардинально, тому мають бути застосовані інші методи прогнозування.

Методи моделювання включають економіко-математичні та статистичні методи прогнозування, що передбачають побудову формалізованих моделей розвитку об'єкта. Наприклад, менеджери супермаркету можуть виявити статистичну залежність між різними величинами обсягу реалізації торговельного центру і зміною ринкової частини керованого підприємства. Результат використання такого методу прогнозування береться ними в основу розроблення майбутніх заходів (планів) боротьби з конкурентами.

Будь-яка модель завжди є спрощеною у зіставленні з явищем, яке вона описує, тому моделі в даний час мають обмежене застосування на підприємствах і використовуються лише для наочності переважно в ситуаціях, коли має місце тісний зв'язок між факторами і певною результативною ознакою. Поряд з цим бурхливий розвиток сфери комп'ютерних технологій постійно веде до появи все більш досконалого програмного забезпечення, яке описує явища максимально наближено до реальності. Розробники таких програм намагаються охопити якомога більше факторів, що формують стан ринку, побудувати статистичні залежності між ними, що призводить до ускладнення моделей. Відповідно зростає їх вартість, а впровадження вимагає високої кваліфікації та спеціальної підготовки користувачів. Складні моделі виявляються недоступними для підприємств малого та середнього бізнесу, які не мають відповідних фінансових коштів і кваліфікованого в цій області персоналу. Великі підприємства і особливо транснаціональні корпорації, з огляду на значну фінансову міць, широко застосовують сучасне програмне забезпечення, що дає їм можливість краще прогнозувати майбутнє і отримувати суттєві переваги на ринку.

У випадках, коли тісний статистичний зв'язок між факторами не спостерігається або явище сильно складне для опису математичною моделлю, використовуються суб'єктивні уявлення, що отримали назву **методів експертних оцінок**. В їх основу покладено думку авторитетних фахівців різної спеціалізації щодо можливого розвитку неформалізованих подій у майбутньому. При цьому будуються сценарії – різноманітні комбінації чинників, які дають різні картини майбутнього. Незважаючи на досить велику частку суб'єктивізму, методи експертних оцінок знайшли широке застосування в практиці господарювання.

Основна проблема застосування методів експертних оцінок в прогнозуванні полягає в формулюванні переліку позицій, за якими експерти повинні висловлювати свої припущення. Найбільш широко зараз використовується метод SWOT-аналізу, де використовуються експертні оцінки. Абревіатура його назви означає: S – strength – сила (майбутні конкурентні переваги), W – weakness – слабкість (можливі конкурентні недоліки); O – opportunities – можливості (позитивні тенденції зовнішнього середовища, якими слід скористатися); T – treats – загрози (негативні тенденції зовнішнього середовища).

Цей метод дає можливість виявити зовнішні для підприємства чинники, які, по-перше, несуть йому загрози і таким чином обмежують можливості успішної діяльності, а, по-друге, сприятливі для досягнення його цілей. У процесі прогнозування оцінюються макро-, мезо- і мікросередовища функціонування підприємства. Результатом прогнозування є оцінювання нинішньої позиції підприємства на ринку, оцінювання впливу факторів зовнішнього середовища на майбутній стан підприємства.

Особливе значення в прогнозуванні відводиться передбаченню стану товарного ринку, оскільки підприємства як продуценти формують пропозицію своєї продукції (послуг), а як майнові комплекси – забезпечують попит на ресурси. Таким чином, вирішуючи завдання прогнозування стану ринку, використання ресурсів і технологій їх переробки, менеджери підприємств повинні враховувати перспективи динаміки попиту, пропозиції та рівня конкуренції. Основні напрями прогнозування представлені в табл. 1.

Таблиця 1 – Основні напрями прогнозування товарного ринку підприємства

Ринковий чинник	Напрямок прогнозування
Попит	<ul style="list-style-type: none"> – переваги споживачів; – чисельність покупців; – доходи споживачів; – ціни на суміжні товари; – очікування споживачів; – ціни і кількість продукції.
Пропонування	<ul style="list-style-type: none"> – технології виробництва; – продуктивність факторів виробництва; – податки і дотації; – ціни на інші товари; – очікування виробників; – чисельність продуцентів, їх виробничо-комерційні можливості; – вартість і кількість ресурсів.
Конкуренція	<ul style="list-style-type: none"> – умови входження в ринок;

	<ul style="list-style-type: none"> – конкурентні переваги; – сили конкуренції; – методи конкуренції; – конкурентна позиція.
--	---

Прогнозуючи стан товарного ринку підприємства, менеджери завжди враховують наявність державного регулювання. Основним орієнтиром їх оцінок виступають **макроекономічні плани**. Вони розробляються в процесі макроекономічного планування, яке здійснюється органами державної влади та управління і полягають в розробці і науковому обґрунтуванні цілей, орієнтирів, пріоритетів, пропорцій і структур соціально-економічного розвитку країни на певний перспективний період. Макроекономічне планування здійснюється в двох видах: кон'юнктурне і структурне.

Кон'юнктурне планування спрямоване на регулювання відтворювальних процесів інструментами неринкового механізму – державними закупівлями, податками, трансфертами, грошовою емісією – з метою досягнення бажаних основних макроекономічних показників: стабільних цін, стійких темпів економічного зростання, повної зайнятості, збалансованості платіжного балансу. З його допомогою держава втручається в стихійні ринкові процеси, впорядковуючи стан економічної системи. Так як важелі державного впливу досить вагомі, бажані результати кон'юнктурного планування досягаються. Тому менеджери підприємства, формуючи власні погляди на перспективи ринку (прогнозний його стан), і розробляючи в процесі планування цілі підприємства і способи їх досягнення, завжди враховують наслідки реалізації державного кон'юнктурного планування.

Структурне планування базується на кон'юнктурному і доповнює його прямим державним втручанням в діяльність окремих галузей (видів діяльності) і економіку окремих територій з метою оптимізації національної галузевої структури і рівня розвитку регіонів. Структурне планування реалізується у вигляді макроекономічного плану на загальнодержавному рівні та / або галузевих (регіональних) програм.

Макроекономічний план має **індикативний характер**, тобто є орієнтовним – він охоплює систему обов'язкових для державних підприємств показників, а для недержавного сектора економіки містить сформульовані пропозиції, тобто не обмежує його самостійності.

Галузеві (регіональні) програми є інструментом державної структурної політики. Вони відображають бачення органів влади на бажане зростання або скорочення діяльності певних галузей, а також пріоритети розвитку територій. Безумовно, інформація, що міститься в таких програмах, дуже корисна менеджерам підприємств, так як розкриває їм перспективи окремих виробництв і регіональних ринків.

На основі розробленого прогнозу стану зовнішнього середовища і макроекономічних програм менеджери підприємств планують свою діяльність.

Планування, як початкова функція управління, – це процес визначення цілей, які підприємство повинно досягти за певний період, а також способів і умов досягнення цих цілей.

Планування – це процес визначення точних параметрів функціонування підприємства в майбутньому; це заснований на обробці вихідної інформації процес визначення цілей підприємства і шляхів їх досягнення. Планування завершується розробкою спеціального документа – плану.

Планування – це процес економічного обґрунтування раціональної поведінки підприємства для досягнення місії, цілей діяльності, а також коштів, шляхів і умов їх досягнення.

Планування – це процес розробки і подальшого контролю за ходом реалізації плану розвитку підприємства.

Планування – це обґрунтоване визначення та підтримка необхідних пропорцій розвитку підприємства.

Планування – це приведення у відповідність намірів підприємства з його можливостями в забезпеченні ринку товарами.

Планування об'єднує структурні підрозділи підприємства загальною метою, надає усім процесам односпрямованості і скоординованості, що дає можливість найбільш повно і найбільш ефективно використовувати ресурси, комплексно, якісно та своєчасно вирішувати різні завдання управління.

Плануючи розвиток підприємства, менеджери керуються певними правилами – **принципами планування**. Це:

1. Цільова спрямованість – наявність чітко виражених місій і цілей діяльності.

2. Системність – охоплення всіх сфер діяльності підприємства, всіх тенденцій і змін в його системі.

3. Принцип безперервності означає, що процес планування на підприємстві повинен здійснюватися постійно, взаємоузгоджено з довго-, середньо- і короткостроковими планами; з дотриманням етапів планування, з своєчасним коригуванням планів.

4. Оптимальність використання ресурсів – максимально повна реалізація наявних резервів.

5. Збалансованість – кількісна відповідність між взаємопов'язаними показниками плану. Збалансованість плану в числовому вираженні означає його відповідність наявним ресурсам.

6. Адекватність – система планування повинна відповідати особливостям виробничо-комерційної діяльності підприємства.

7. Принцип гнучкості передбачає можливість коригування встановлених показників і координації планово-економічної діяльності підприємства відповідно до змін в ринковому середовищі.

8. Науковість – розробка планів базується на наукових законах, принципах, положеннях, поняттях, науково обґрунтованих нормах, нормативах, залежностях.

Дотримання принципів планування створює умови для успішного функціонування підприємства, зменшує ризик негативних результатів планування, створює умови для ефективної реалізації стратегії діяльності підприємства.

Процес планування на підприємстві – це комплекс процедур і розрахунків економіко-виробничого характеру, спрямований на встановлення і реалізацію цілей господарської діяльності підприємства.

Значення планування полягає в тому, що воно:

- об'єднує всі напрями діяльності підприємства: маркетингову, фінансову, інвестиційну, виробничу тощо;
- охоплює всі процеси, пов'язані з цією діяльністю;
- концентрує увагу на головних завданнях підприємства в конкретний момент часу;
- визначає послідовність дій кожного підрозділу і підприємства в цілому;
- дає можливість здійснювати контроль всіх підрозділів за всіма видами господарської діяльності.

У сучасних умовах планування здійснюється за напрямками діяльності:

- планування основної виробничої діяльності (закупівля, виробництво, збут тощо);
- планування фінансової діяльності;
- планування розвитку підприємства (інвестиційної та інноваційної діяльності);
- планування маркетингової і комерційної діяльності;
- планування розвитку персоналу.

Тому складові елементи виробничого плану підприємства пов'язані з цими напрямками діяльності:

1. План реалізації продукції.
2. План виробничих потужностей і план інвестицій.
3. План завантаження персоналу.
4. План матеріально-технічного забезпечення виробництва (постачання).
5. План виробничих запасів і запасів готової продукції.
6. Фінансовий план.
7. План доходів, витрат і прибутку.

Види планування та планів:

1. У відповідності з часовим горизонтом:
 - короткострокові (до 1 року);
 - середньострокові (1–3 роки);
 - довгострокові (3, 4, 5 і більше років).
2. За ієрархією управління:

- для підприємства в цілому;
- для окремого підрозділу;
- для робочого місця.

3. За ієрархією планування:

- оперативні;
- тактичні;
- стратегічні.

4. За змістом планів:

- план виробництва і реалізації;
- план з праці;
- план витрат;
- план прибутку.

5. За напрямками діяльності:

- план виробничої діяльності;
- план інвестиційної діяльності;
- план інноваційної діяльності;
- план маркетингу і збуту;
- план соціального розвитку.

6. За масштабами охоплення діяльності:

- загальний;
- конкретний;
- факторний.

7. За способом адаптації до змін навколишнього середовища:

- жорсткий план;
- гнучкий план.

8. За способом розробки:

- зверху до низу – ретроградний;
- знизу до верху – прогресивний;
- комбінований (поєднання перших двох).

Процес планування на підприємстві здійснюється планово-економічним відділом із залученням фахівців інших підрозділів і складається з наступних етапів:

- формулювання планових цілей і завдань;
- розробка планових завдань;
- складання бюджетів, які повинен збалансувати виділені за планом кошти і необхідні витрати, пов'язані із здійсненням планових завдань;
- уточнення планових завдань відповідно до фінансових можливостей бюджету.

Залежно від того, на який термін здійснюється планування, визначають такі його рівні:

- стратегічне (довгострокове) планування;
- тактичне (середньо– і короткострокове) планування;
- оперативне (короткострокове і календарне) планування.

Процес планування починається зі стратегічного планування.

Стратегічне планування (здійснюється на період до 10 років) – це процес здійснення сукупності систематизованих та взаємоузгоджених робіт із визначення довгострокових цілей і напрямів діяльності підприємства.

Стратегічне планування – це процес визначення місії і головних цілей підприємства, оцінки його потенційних можливостей, вибір стратегій за напрямками діяльності, визначення та залучення необхідних ресурсів для досягнення головної мети з максимальним економічним, соціальним чи іншим ефектом.

У процесі стратегічного планування розробляються стратегічні плани або стратегії.

Стратегія – це взаємопов'язаний комплекс дій, який використовує підприємство для досягнення своїх цілей з урахуванням власного ресурсного потенціалу, а також факторів зовнішнього середовища.

Стратегічні плани, найчастіше, мають комплексний характер і охоплюють всі напрямки діяльності підприємства. Вони можуть складатися з довгострокових планів за видами діяльності підприємства.

Стратегічне планування базується на економічному прогнозуванні.

Довгострокове планування, найчастіше є складовою частиною стратегічного планування одного з видів господарської діяльності. Плани розробляються на декілька років, мають загальний характер (без детального опрацювання та конкретних відповідальних виконавців). Результат, якого повинно досягти підприємство, встановлюється методами прогнозування.

Наступним етапом планування є тактичне планування.

Тактичне (середньо– і короткострокове) планування, його ще називають поточним, – це деталізований стратегічний план. За ступенем деталізації тактичний план ділиться на середньостроковий (до 5 років) і короткостроковий (до 1 року з помісячною розшифровкою показників і завдань). Тактичний план має детальний характер. Найбільш важливими складовими тактичного плану є детальна хронологізація проєктів, повна номенклатура продукції, що виготовляється, конкретні інвестиційні та фінансові показники.

Наступний етап планування – **оперативне планування**. Цей вид планування охоплює два напрямки роботи: календарне планування та диспетчеризацію.

Оперативні (короткострокові, календарні) плани встановлюються на місяць, декаду, зміну, спрямовані на вирішення конкретних питань діяльності підприємства в короткостроковому періоді; мають чіткий термін і персоніфікованого відповідального виконавця; більший ступінь деталізації. Факт виконання завдання і отриманий результат контролюється в установленний строк, на його виконання виділяється точно розрахований обсяг фінансового (матеріального) і ресурсу праці.

Основні завдання оперативного планування – це конкретизація показників поточного тактичного плану з метою організації планомірної та ритмічної роботи підприємства і його структурних підрозділів.

Оперативне планування – це засіб виконання довго-, середньо- і короткострокових планів.

Стратегічні плани погоджуються з власниками підприємств і затверджуються ними; без цього плани менеджерами не реалізуються. Що стосується тактичних планів, то власники розглядають і затверджують тільки їх результуючу частину – щорічний фінансовий план. Розробка і реалізація оперативних планів, як правило, є прерогативою менеджерів.

Окреме місце в плануванні займають бізнес-плани.

Бізнес-план – це розроблений і обґрунтований письмовий документ, в якому представлена суть, напрямки і способи реалізації підприємницької ідеї, представлені характеристики ринкових, виробничих і організаційно-фінансових можливостей розвитку майбутнього бізнесу, а також особливості управління ними.

Розробляють бізнес-план і при техніко-економічному обґрунтуванні інвестиційних та приватизаційних проєктів. У цьому випадку він необхідний:

- інвестору – для визначення доцільності (ефективності) вкладення капіталу;
- підприємцю – для розробки програми дій в процесі реалізації проєкту;
- державним органам – для регулювання і контролю кредитних взаємин, приватизації.

Він може використовуватися для проведення **санації** (заходів щодо запобігання банкрутству великих підприємств за допомогою банків чи держави); **рестрикції** (обмеження виробництва, продажу та експорту з метою збільшення цін на товари і отримання прибутку, скорочення кредитів); приватизації підприємств і для отримання зовнішніх інвестицій.

Бізнес-план може бути складений на рік з детальним розглядом господарської діяльності підприємства в наступні 12 місяців і може укрупнено характеризувати періоди на 1–4 роки; при підготовці інвестиційних проєктів – на період їх здійснення. Такий план включає:

- опис підприємства;
- опис його потенційних можливостей;
- оцінку внутрішнього і зовнішнього середовища;
- конкретні дані про стратегію маркетингу і розвитку бізнесу.

У ньому зазначаються можливі ризики, тобто показується, що існування ризику враховано в плані і намічені заходи щодо його зниження.

Основна вимога до бізнес-плану – його реальність. Складанню бізнес-плану повинні передувати аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства, ринку та техніко-економічні дослідження різних альтернатив розвитку підприємства на основі загальноновизнаних стандартів.

Бізнес-план виконує наступні основні **функції**:

- зовнішню (ознайомлення зацікавлених ділових людей із сутністю та ефективністю реалізації нової підприємницької ідеї);
- внутрішню (відпрацювання системи управління реалізацією підприємницького проєкту).

Підприємство самостійно визначає структуру і обсяги розділів бізнес-плану, але при їх підготовці потрібно враховувати наступні фактори: особливості застосовуваної (освоюваної) технології, ринку, конкурентоспроможності та новизну продукту (послуг), ступінь опрацювання тих чи інших питань.

Типова структура бізнес-плану підприємства може бути наступною (за розділами):

- **резюме** (складається після розробки всіх розділів плану) – викладається суть плану, його переваги, підсумки маркетингових досліджень і фінансово-економічних розрахунків (обсягу продажу, виручки від реалізації, витрат на виробництво, прибутку, окупності);

- **опис підприємства** – надаються його реквізити, галузева приналежність, форма власності, прізвище, ім'я, по батькові керівника, основні напрямки та цілі діяльності підприємства, історія створення, розвитку та сучасний стан, досягнення і невдачі;

- **продукція та послуги** – описується продукція і сфери її застосування, споживачі, унікальність, ліцензії, патентні права, переваги конкурентів;

- **план маркетингу** – виконується аналіз ринку і планування маркетингу, які є ключовими моментами для визначення обсягів інвестиційної та виробничої програми, виробничої потужності, необхідних технологій тощо, формулюється стратегія маркетингу і дається оцінка зовнішнього середовища підприємства;

- **науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи** – описуються оптимальні рамки проєкту, обґрунтовується їх вибір, перераховується перелік компонентів, визначаються відповідні технології;

- **виробничий план** – закладаються обсяги і номенклатура продукції, що випускається, відбивається економічний, технологічний і трудовий потенціал підприємства, матеріально-технічне забезпечення;

- **організаційний план** управління підприємством – в ньому розглядається проблема виробничого менеджменту, приводиться принципова схема прийняття управлінських рішень, оцінюється гнучкість системи управління в разі зміни ринкових умов;

- **оцінка ризиків і страхування;**

- **реалізація проєкту** – відображаються основні результати, отримані від реалізації проєкту, фінансові та інші наслідки;

- **фінансовий план** – важливий розділ бізнес-плану, що відображає достовірні підсумки його здійснення, тут повинні визначатися як інвестиційні, так і виробничі витрати, а тому включає ряд підрозділів, таких, наприклад, як план з прибутку, рух грошових потоків, аналіз

безбитковості, рентабельності і окупності, оцінка ризику (необхідно хоча б орієнтовно оцінити можливі втрати від ймовірності його настання);

– **юридичні аспекти** – розділ, де розглядаються правові питання здійснення проєкту, права і обов'язки сторін, інформація про реєстрацію, взаємини з бюджетом.

Підприємство може мати одночасно кілька бізнес-планів.

Планування як функцію управління виконують менеджери всіх без винятку підрозділів підприємства. Поряд з цим, з огляду на важливість цього процесу для майбутньої успішної діяльності, на підприємствах функціонують спеціальні планові служби, а саме:

– служба стратегічного планування – готує інформацію для топ-менеджерів і власників, необхідну для прийняття стратегічних рішень;

– планово-економічна служба – доводить зміст тактичних рішень топ-менеджерів і власників до підрозділів підприємства; розробляє загальний для підприємства тактичний план;

– планово-диспетчерська служба – організовує розробку оперативного плану, його коригування за результатами поточної діяльності підприємства; контролює хід виконання оперативного плану.

ТЕСТИ

Планування з загальноекономічної точки зору – це:

1. механізм, який доповнює механізм мети і ринку;
2. функція управління, вміння передбачати майбутнє підприємства, використовувати це передбачення;
3. процес розробки і подальшого контролю за ходом реалізації плану створення, розвитку і функціонування підприємства;
4. процес обробки інформації з обґрунтування майбутніх дій, визначення найкращих способів досягнення стратегічних цілей;

Планування в конкретно-управлінському змісті – це:

1. механізм, який доповнює механізм мети і ринку;
2. функція управління, вміння передбачати майбутнє підприємства, використовувати це передбачення;
3. процес розробки і подальшого контролю за ходом реалізації плану створення, розвитку і функціонування підприємства;
4. процес обробки інформації з обґрунтування майбутніх дій, визначення найкращих способів досягнення стратегічних цілей;

Планування як економічна категорія – це:

1. функція управління, вміння передбачати майбутнє підприємства, використовувати це передбачення;

2. процес розробки і подальшого контролю за ходом реалізації плану створення, розвитку і функціонування підприємства;
3. процес обробки інформації з обґрунтування майбутніх дій, визначення найкращих способів досягнення стратегічних цілей;
4. 2 та 3;

План підприємства являє собою:

1. образ чого-небудь, модель майбутнього, систему заходів, спрямованих на досягнення поставлених цілей і завдань;
2. заздалегідь розроблена система заходів, що передбачає цілі, зміст, збалансовану взаємодію ресурсів, обсяг, методи, послідовність і терміни виконання робіт з виробництва і реалізації тієї чи іншої продукції або надання послуг;
3. документ, що представляє собою результат комплексного дослідження всіх сторін діяльності підприємства;
4. сукупність організаційно-правових та розрахунково-фінансових документів, необхідних для здійснення певних дій;

Матеріальним результатом планування є:

1. недопущення грубих помилок в економічній діяльності;
2. отримання прибутку;
3. оптимізація ресурсів;
4. збільшення випуску або реалізації продукції;

Основними обмеженнями застосування планування в діяльності підприємства є:

1. збільшення випуску або реалізації продукції;
2. специфіка українського ринку;
3. удосконалення координації дій в підприємстві;
4. можливість відстежувати нові тенденції і використовувати їх в діяльності підприємства;

До переваг застосування планування в діяльності підприємства відносяться:

1. збільшення випуску або реалізації продукції;
2. специфіка українського ринку;
3. удосконалення координації дій в підприємстві;
4. можливість відстежувати нові тенденції і використовувати їх в діяльності підприємства;

До переваг застосування планування в діяльності підприємства відносяться:

1. висока ступінь невизначеності на ринку, викликана глобальними змінами у всіх сферах суспільного життя;

2. відсутність стабільних ефективних юридичних норм, що регулюють поведінку підприємства;
3. складність отримання інформації;
4. раціоналізація розподілу ресурсів;

Принцип безперервності планування полягає в тому, що:

1. існує різноманітність відносно відособлених процесів планування та приватних планів підрозділів, але кожна з підсистем планування діє виходячи із загальної стратегії підприємства, а кожен окремий план є частиною плану вищого підрозділу;
2. кожен працівник підприємства стає учасником планової діяльності, незалежно від посади і виконуваної функції;
3. процес планування на підприємстві повинен здійснюватися постійно в рамках встановленого циклу і один розроблений план повинен приходити на зміну іншому;
4. план і процес планування повинні бути здатні змінювати свою спрямованість у зв'язку з виникненням непередбачених обставин;

Планування – це:

1. свідомо-обгрунтоване визначення і підтримання необхідних пропорцій розвитку підприємства;
2. приведення у відносну відповідність намірів підприємства з його можливостями в забезпеченні ринку товарами;
3. задоволення попиту споживачів у відповідних товарах і отримання максимального прибутку;
4. процес обробки інформації з обгрунтування майбутніх дій, визначення найкращих способів досягнення стратегічних цілей;

Підприємницький проєкт – це:

1. комплекс заходів зі створення нового або модернізації діючого виробництва товарів, виконання робіт або надання послуг з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту;
2. комплекс заходів з організації виробництва продукції, проведення робіт або надання послуг в будь-якій сфері діяльності, спрямований на отримання прибутку;
3. сукупність організаційно-правових та розрахунково-фінансових документів, необхідних для здійснення певних дій;
4. обгрунтування витрат ресурсів і економічних результатів в натуральному і вартісному вираженні щодо можливості реалізації цільової проблеми, комплексу робіт, виробничих, технічних, технологічних та інших завдань для прийняття управлінських рішень;

Методи планування:

1. визначають характер і зміст планової діяльності на підприємствах;

2. це сукупність способів і прийомів, які застосовуються в процесі розробки планів;
3. це констатація сформованого положення і динаміки показників в передплановий період;
4. система заходів, що передбачає цілі, зміст, збалансовану взаємодію ресурсів, обсяг, послідовність та терміни виконання робіт з виробництва і реалізації тієї чи іншої продукції або надання послуг;

Економіко–статистичний метод передбачає:

1. використання фактичних даних за попередні роки або середніх величин при визначенні планових показників;
2. визначення планових показників на основі розрахунків впливу найважливіших чинників, які зумовлюють зміни цих показників;
3. розрахунок планових показників на основі прогресивних норм використання ресурсів з урахуванням їх зміни в результаті впровадження організаційно-технічних заходів в плановому періоді;
4. збалансованість при плануванні потреб із необхідними ресурсами;

Який метод найбільш прийнятний в умовах ринкової економіки:

1. економіко-статистичний;
2. програмно-цільовий;
3. нормативний;
4. ресурсний;

За допомогою яких балансів встановлюється відповідність між доходами і витратами коштів підприємства:

1. матеріальних балансів;
2. вартісних балансів;
3. трудових балансів;
4. немає правильної відповіді;

Що з перерахованого нижче не відноситься до вимог, які необхідно враховувати при виборі методів планування:

1. методи повинні бути адекватні зовнішнім умовам господарювання;
2. методи повинні відрізнятися в залежності від змісту розроблюваного плану;
3. методи повинні виявляти наявність єдиного напрямку розвитку елементів системи, поведінки орієнтованих на спільні цілі;
4. методи повинні найбільш повно враховувати профіль діяльності підприємства і розмаїтість у засобах і шляхи досягнення головної мети підприємства;

Яке висловлювання вірне:

1. факторно-аналітичний метод використовується. перш за все, при плануванні ефективності господарської діяльності підприємства;

2. в економіко-математичному моделюванні використовується модель, яка може будуватися за функціональним або кореляційним зв'язком;
3. протяжність планованого періоду абсолютно не впливає на вибір методу планування;
4. нормативний метод планування вимагає від економістів підприємств хорошого знання технології виробничого процесу і вміння знаходити резерви раціоналізації використання ресурсів;

Нормативний метод планування передбачає:

1. використання фактичних даних за попередні роки або середніх величин при визначенні планових показників;
2. визначення планових показників на основі розрахунків впливу найважливіших чинників, які зумовлюють зміни цих показників;
3. розрахунок планових показників на основі прогресивних норм використання ресурсів з урахуванням їх зміни в результаті впровадження організаційно-технічних заходів в плановому періоді;
4. збалансованість при плануванні потреб із необхідними ресурсами;

Який метод планування неможливо використовувати в умовах нестабільного економічного розвитку:

1. економіко-статистичний;
2. програмно-цільовий;
3. нормативний;
4. ресурсний;

Чим характеризуються показники, розраховані програмно-цільовим методом:

1. являють собою прогресивні норми використання ресурсів;
2. стають основою розробки планових показників в інших розділах плану;
3. необхідно оцінювати можливість їх досягнення за допомогою інших методів;
4. забезпечують підприємству отримання цільового прибутку;

За функціями призначення плани діяльності діляться на:

1. виробничі, комерційні, інвестиційні, фінансові;
2. загальнофірмові, цехові, плани робіт функціональних відділів, ділянок, бригад;
3. директивні, індикативні, ринкові;
4. оперативні, поточні, довгострокові, стратегічні, прогнози;

Засоби наукового передбачення підсумкових результатів тих чи інших процесів розвитку, це:

1. планування;
2. розрахунок планових показників;
3. метод планування;

4. прогноз;

До відносних показників плану відносять:

1. показники у вартісному вимірі;
2. показники в натуральному вимірі;
3. показники, виражені в процентах, коефіцієнтах;
4. показники, виражені в умовних одиницях;

Дизайн продукції, її асортимент і обсяг випуску визначаються в рамках:

1. планування виконання виробничої програми;
2. планування виробничої програми;
3. планування типу виготовлення продукції;
4. планування збуту продукції;

Узгодження обсягу виробництва і збуту продукції є головною проблемою планування виробництва для підприємства, що:

1. випускає один вид продукції;
2. випускає кілька видів продукції;
3. не випускає продукції;

Відповідь на питання: які вироби і в якій кількості повинні бути виготовлені, є предметом планування:

1. виконання виробничої програми;
2. виробничої програми;
3. комерційної програми діяльності підприємства;
4. немає правильної відповіді;

Завдання календарного планування є:

1. визначення, в яких розмірах будуть виготовлені визначені в плані кількості виробів;
2. таке розміщення замовлень по цехам й окремих верстатам, при якому витрати будуть мінімальними;
3. визначення послідовності виконання окремих замовлень в точно встановлений термін;
4. вишукування резервів розширення наявних виробничих потужностей;

Чим визначається необхідний виробничий потенціал підприємства:

1. планування виконання виробничої програми;
2. планування асортименту продукції, що випускається;
3. наявними виробничими потужностями;
4. потребами ринку;

22 Знос основних засобів і форми його усунення [5]

Основні засоби на протязі свого тривалого функціонування зазнають фізичний (матеріальний) знос, економічний знос і техніко-економічне старіння (моральний знос).

Під фізичним (матеріальним) спрацюванням основних засобів розуміють процес поступової втрати ними своїх первісних техніко-експлуатаційних якостей, тобто споживчої вартості, що призводить до зниження їх реальної вартості – до *економічного зносу*. На швидкість і розміри фізичного зносу основних засобів впливають їх надійність та довговічність, спосіб експлуатації (екстенсивний або інтенсивний), особливості технологічних процесів, якість технічних оглядів і ремонтного обслуговування, кваліфікація працівників.

Фізичний знос 4 групи основних засобів (машини, устаткування) умовно можна розділити на дві частини: ту, що періодично усувають проведенням ремонтів, і ту, для якої цим способом знос запобігти не можна. Згодом знос поступово збільшується і нарешті стає таким, що неможливо в подальшому використовувати засоби праці в виробництві, тобто настає момент повного фізичного зносу, коли необхідна заміна такого засобу праці на новий аналогічного призначення. У зв'язку з цим розрізняють усувне (тимчасове) та неусувне (постійно нагромаджене) фізичне спрацювання основних засобів.

Ступінь фізичного зносу окремих одиниць засобів праці можна визначити двома розрахунковими методами:

1) за строком їх експлуатації шляхом зіставлення фактичної і нормативної величини терміну експлуатації об'єктів основних засобів з урахуванням ліквідаційної вартості. За цим методом коефіцієнт фізичного зносу розраховується наступним чином:

$$k_{\phi} = \frac{T_{\phi}}{T_{н}} \cdot \frac{100-L}{100}, \quad (1)$$

де T_{ϕ} , $T_{н}$ – відповідно, фактичний і нормативний (паспортний) термін експлуатації об'єкта основних засобів;

L – ліквідаційна вартість об'єкта основних засобів в процентному вираженні до первісної вартості об'єкта;

2) за даними обстеження технічного стану.

Техніко-економічне старіння основних засобів (моральний знос) – це процес знецінення діючих засобів праці до настання повного фізичного зносу під впливом науково-технічного прогресу. Воно характеризується поступовою втратою засобами праці своєї споживної вартості внаслідок удосконалення існуючих та створення нових засобів виробництва, впровадження принципово нової технологій. Старіння властиве машинам, устаткуванню, обчислювальній техніці, транспортним засобам і пов'язане

з реальними економічними збитками для підприємств, що експлуатують застарілу техніку.

Ступінь техніко-економічного старіння оцінюється за допомогою наступного коефіцієнта:

$$k_{т-е} = 1 - \frac{B_1}{B_0} \cdot \frac{\Pi_0}{\Pi_1}, \quad (2)$$

де B_0 , B_1 – повна вартість (ціна) застосовуються і нових об'єктів основних засобів;

Π_0 , Π_1 – продуктивність праці об'єктів основних засобів, що застосовуються у виробництві, і нових, або витрати на їх експлуатаційне обслуговування.

Рівень техніко-економічного старіння також можна визначити, розрахувавши питому вагу знарядь праці, що експлуатуються у виробництві 10, 15 або 20 років.

Фізичний знос і техніко-економічне старіння діючих об'єктів основних засобів можна запобігти частково або повністю, застосовуючи різні форми відтворення (рис. 1).

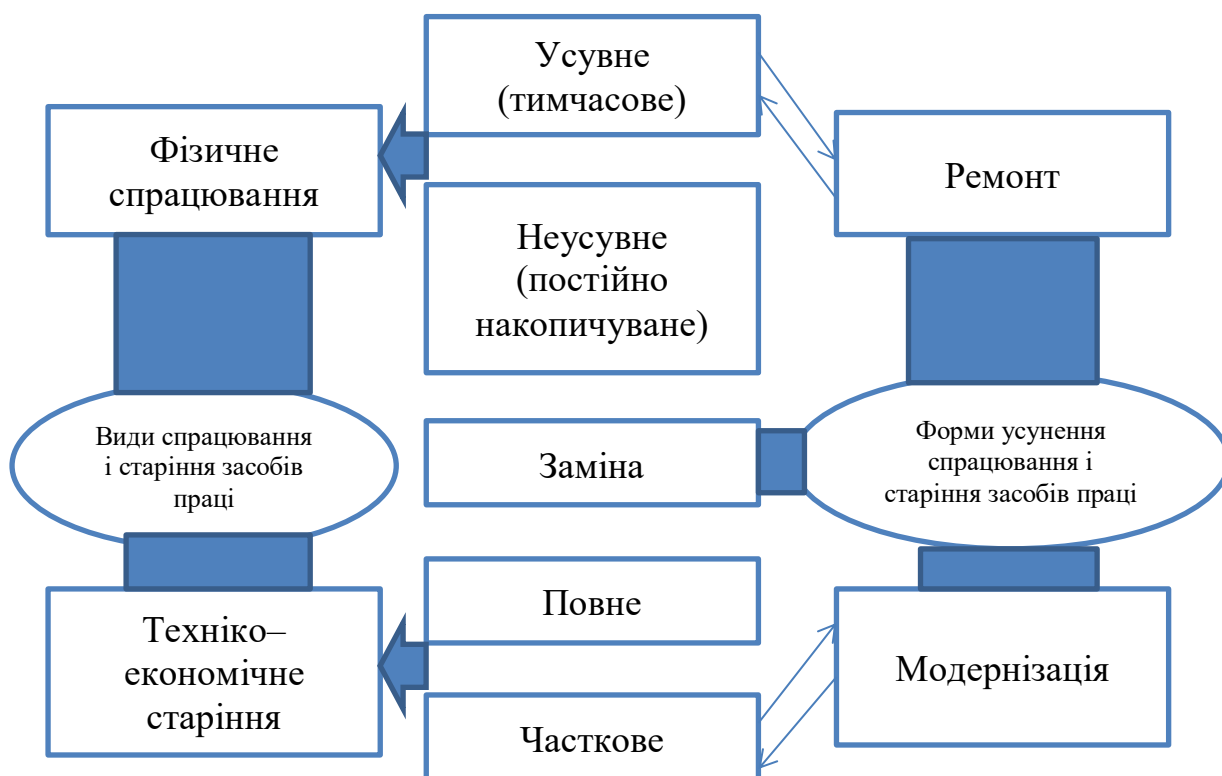


Рисунок 1 – Види фізичного спрацювання і техніко-економічного старіння засобів праці та форми їх усунення [5]

Окремі види об'єктів основних засобів складаються з великого числа конструктивних елементів (деталей, вузлів), виготовлених з різних по міцності матеріалів, виконують різні технологічні функції, мають різні

експлуатаційні навантаження і внаслідок цього спрацьовуються нерівномірно. Це обумовлює необхідність заміни або відновлення зношених конструктивних елементів устаткування та інших видів засобів праці задовго до того, коли об'єкт основних засобів в цілому стане непридатним для подальшого використання у виробничому процесі. Таке часткове відновлення засобів праці здійснюється за допомогою періодичних ремонтів.

Таким чином, суть *ремонтів* полягає в усуненні фізичного зносу конструктивних елементів і забезпечення у такий спосіб працездатності об'єктів основних засобів протягом усього періоду їх експлуатації.

На підприємствах різних галузей застосовують типові системи технічного обслуговування і ремонту об'єктів основних засобів, що передбачають періодичне проведення необхідних профілактично-технічних операцій – технічних оглядів, поточних і капітальних ремонтів.

Призначення *поточного ремонту* – збереження об'єктів основних засобів в придатному для експлуатації стані шляхом проведення регулярних ремонтно-профілактичних операцій з метою усунення дрібних неполадок і запобігання прогресуючого фізичного зносу.

Мета капітального ремонту полягає в максимально можливому відновленні первісних техніко-експлуатаційних параметрів об'єктів основних засобів. На відміну від поточного ремонту капітальний ремонт є більш складним за обсягом виконуваних робіт і проводять його через тривалі проміжки часу (один раз в декілька років). Особливим видом складних ремонтних робіт є *відновлювальний ремонт*, необхідність у проведенні якого виникає внаслідок стихійного лиха (пожежі, повені, землетрусу).

Витрати на поточний ремонт є постійними і відносно рівномірними протягом експлуатаційного періоду, тому їх відносять на собівартість продукції (надання послуг). Проведення капітального ремонту потребує значних одноразових витрат, що унеможливує пряме включення цих витрат на собівартість продукції: ці витрати розраховують заздалегідь і відносять на собівартість продукції рівномірно протягом ремонтного циклу, тобто протягом терміну між двома капітальними ремонтами. Відновлювальний ремонт фінансують за рахунок державного страхового фонду і за характером та обсягами робіт відносять до сфери капітального будівництва.

Загальний розмір витрат на ремонтно-технічне обслуговування об'єктів основних засобів залежить від кількості ремонтів протягом фактичного строку їх експлуатації та від собівартості кожного ремонту. Це означає, що для помітного зменшення витрат на ремонт необхідно: по-перше, довести до раціонального мінімуму кількість ремонтів об'єктів основних засобів протягом усього періоду їх функціонування; по-друге, максимально знизити витрати на проведення одного ремонту.

Наприклад, проведення першого капітального ремонту в більшості випадків є економічно вигідним в порівнянні з придбанням нового об'єкта

основних засобів (фактичні витрати на ремонт в цьому випадку не перевищують 35–40% балансової вартості об'єкта), проте наступні капітальні ремонти коштують дорожче, ніж нове устаткування аналогічного призначення.

Для підвищення ефективності процесу відновлення об'єктів основних засобів важлива модернізація діючого устаткування, що означає його вдосконалення з метою запобігання техніко-економічного старіння і підвищення техніко-експлуатаційних параметрів до рівня сучасних вимог.

ЗАВДАННЯ

Що таке фізичний знос:

1. процес знецінення діючих засобів праці до настання повного фізичного зносу під впливом науково-технічного прогресу.
2. процес поступової втрати основними засобами своїх первісних техніко-експлуатаційних якостей, тобто споживчої вартості, що призводить до зниження їх реальної вартості
3. процес поступового перенесення вартості об'єкту основних засобів на вартість продукції, що виготовляється за допомогою цього об'єкту;

Що таке моральний знос:

1. процес знецінення діючих засобів праці до настання повного фізичного зносу під впливом науково-технічного прогресу.
2. процес поступової втрати основними засобами своїх первісних техніко-експлуатаційних якостей, тобто споживчої вартості, що призводить до зниження їх реальної вартості
3. процес поступового перенесення вартості об'єкту основних засобів на вартість продукції, що виготовляється за допомогою цього об'єкту;

Які існують форми усунення фізичного зносу:

1. ремонт;
2. заміна;
3. модернізація;

Які існують форми усунення морального зносу:

1. ремонт;
2. заміна;
3. модернізація;

23 Напрями підвищення ефективності використання основних засобів [5]

Основні напрямки підвищення ефективності використання основних засобів [5].

1. Усебічне прискорення розвитку машинобудівного комплексу України, радикальна перебудова його структури з метою максимально можливого задоволення попиту на достатньо широку номенклатуру різних видів машин та устаткування, забезпечення виготовлення нових поколінь техніки, розроблення та організація виробництва тих знарядь праці, які раніше взагалі не виготовлялись або імпортувались з інших країн.

2. Зосередження зусиль різних галузей науки на пріоритетних напрямках науково-технічного прогресу, форсованому розвитку перш за все наукомістких виробництв, істотному підвищенні техніко-організаційного рівня та соціально-економічної ефективності виробництва на підприємствах різних галузей національної економіки.

3. Корінне поліпшення всієї організації робіт на всіх стадіях відтворювального процесу (проєктування → виробництво → реалізація → запровадження → експлуатація нової техніки).

4. Дотримання кожним підприємством власної стратегії технічного, організаційного та економічного розвитку; переорієнтація інвестиційної політики на максимальне технічне переозброєння й реконструкцію діючих виробничих об'єктів; значне збільшення масштабів вилучення з виробництва технічно застарілих і економічно малоефективних машин та устаткування, перехід від практики одиничної заміни зношених знарядь праці до систематичного комплексного оновлення техніко-технологічної бази взаємозв'язаних виробничих ланок підприємств.

5. Створення ринкового економічного механізму країни, спроможного забезпечити постійну зацікавленість усіх ланок управління виробництвом у здійсненні найефективніших відтворювальних процесів і сприйняття науково-технічних і організаційних новацій (нововведень).

6. Скорочення простоїв устаткування. На підприємствах кількість невикористаного протягом доби устаткування нерідко досягає 15–20% загального його парку, а внутрішньозмінні простої становлять 10–15% робочого часу. Це обумовлено неузгодженістю пропускної спроможності окремих цехів і дільниць; незадовільною організацією техніко-профілактичного обслуговування та ремонту устаткування, дефіцитом робітників певних професій; перебоями в забезпеченні робочих місць матеріалами, електроенергією, комплектуючими виробами, оснащенням, пристроями, підйомно-транспортними засобами.

7. Підвищення коефіцієнта змінності роботи устаткування. В Україні цей показник в даний час не виправдано низький і свідчить про наявність досить великих резервів ліпшого використання знарядь праці. Якщо довести коефіцієнт змінності роботи устаткування до раціонального рівня

(1,7 – 1,8), то можна буде збільшити випуск машинобудівної продукції більше ніж на 30%.

8. Значному поліпшенню екстенсивного завантаження засобів праці сприяє зниження частини недіючого устаткування, яка на підприємствах України є значною (кілька десятків тисяч одиниць), а також виведення з експлуатації зайвого й неефективно використовуваного устаткування та організація завдяки цьому повноцінної двозмінної роботи. Здійснення таких заходів дало б можливість підвищити фондвіддачу на підприємствах різних галузей промисловості на 10 – 15%.

9. Вирішальне значення для підвищення інтенсивного використання основних засобів має своєчасна заміна та модернізація фізично зношеного та технічно застарілого устаткування. Для підтримки порівняно високого технічного рівня виробництва на підприємствах необхідно замінювати 4 – 6% і модернізувати 6–8% діючого парку машин, устаткування та інших видів знарядь праці.

10. До важливих факторів, що зумовлюють зростання продуктивності устаткування за одиницю часу, відноситься також запровадження нових технологій, інтенсифікація виробничих процесів.

11. Значного підвищення інтенсивного завантаження устаткування на підприємствах можна досягти завдяки застосуванню прогресивних форм і методів організації виробництва, які передбачають застосування високопродуктивного автоматизованого устаткування. За свідченням спеціальних досліджень, на підприємствах машинобудування виготовлення конструктивно й технологічно однорідних деталей на поточкових лініях забезпечує підвищення навантаження устаткування на 20 – 30%.

12. Досить істотні резерви підвищення рівня екстенсивного та інтенсивного використання основних засобів можна реалізувати за допомогою освоєння у стислі строки проєктних потужностей, введення в дію нових технологічних агрегатів, ліній, устаткування. В даний час освоєння нових виробничих потужностей становить 5 – 6 років. Проте технічно та економічно обґрунтовані розрахунки свідчать про те, що реальні терміни введення в дію нових виробничих потужностей можуть бути скорочені до 1,5–2 років у добувній промисловості і 1 рік – в обробній.

13. Сучасна система господарювання повинна передбачати економічні стимули для більш ефективного використання основних засобів, всього майна підприємства. Існуюча система таких колективних та індивідуальних економічних стимулів в Україні поки існує на стадії розробки і розвитку. Швидшому її впровадженню сприятимуть: удосконалення податкового законодавства; побудова механізму оплати праці залежно від кінцевих результатів виробництва; гнучка амортизаційна та інвестиційна політика; державна підтримка великих інвестиційних проєктів; інтенсифікація зовнішньоекономічної діяльності; розвиток фінансового ринку і здешевлення вартості кредитних ресурсів.

24 Поняття інтелектуальної власності [5]

У теперішній час все в більшій мірі знання перетворюються в безпосередню продуктивну силу і стають першоосновою становлення економіки знань з пріоритетним функціонуванням інтелектуального потенціалу.

Визначальною рисою сучасного періоду розвитку всіх без винятку розвинених країн світу є зростання в суспільному виробництві ролі науково-технічних знань та інших результатів творчої діяльності людей. Ці знання все більше перетворюються на провідний чинник економічного зростання, формування ринкової вартості підприємств та рівня їх конкурентоспроможності. За словами відомого американського вченого П. Друкера, «капітал як фактор виробництва все більше поступається місцем знанням, людським здібностям».

Економіко-правовим аспектом реалізації функціонального призначення інтелектуального потенціалу є інтелектуальна власність.

Термін «інтелектуальна власність» виник в процесі тривалої (починаючи з XVIII століття) практики юридичного закріплення за певними особами прав на результати інтелектуальної діяльності в сфері науки, виробництва, мистецтва, літератури тощо. В наукових дослідженнях цей термін використовується з 50-х років XX століття, але і досі не трактується однозначно.

Об'єктивний підхід, згідно якого інтелектуальна власність визначається переліком конкретних об'єктів, широко використовується в юридичній практиці. Відповідно до Конвенції, яку заснувала Всесвітню організацію інтелектуальної власності (укладена в Стокгольмі 17.07.1967 р.), інтелектуальна власність включає права, які стосуються:

- 1) літературних, художніх і наукових творів;
- 2) виступів виконавців, фонограм і програм ефірного мовлення;
- 3) винаходів у всіх сферах людської діяльності;
- 4) наукових відкриттів;
- 5) промислових зразків;
- 6) товарних знаків, знаків обслуговування, торгових найменувань та позначень;
- 7) припинення недобросовісної конкуренції;
- 8) всіх інших прав, що стосуються інтелектуальної діяльності у виробничій, науковій, літературній і художній сферах.

Такий підхід до визначення інтелектуальної власності не можна вважати достатньо обґрунтованим, оскільки перелік об'єктів інтелектуальної власності ніколи не буде вичерпним і з розвитком суспільства буде збільшуватися все швидше. Так, за час, що минув з моменту прийняття Конвенції, перелік об'єктів інтелектуальної власності неодноразово доповнювався і в даний час в світі налічується близько двохсот найменувань.

Складність змістовного визначення поняття інтелектуальної власності полягає у принциповій відмінності між матеріальними речами і нематеріальними результатами інтелектуальної діяльності людини. Результати інтелектуальної діяльності людини відрізняються від матеріальних речей природою свого походження і способами практичного використання.

Інтелектуальна власність має подвійну природу. По-перше, це право, що виникає у творця на досягнутий результат інтелектуальної, творчої діяльності. Право на результат творчої діяльності забезпечує його власнику виняткову можливість розпоряджатися результатом своєї діяльності. Воно може передаватися іншим особам з дозволом його використання. По-друге, поряд з економічним привласненням результатів інтелектуальної праці, існують відносини духовного привласнення, які мають юридичне вираження у праві авторства.

Важливо звернути увагу і на таку особливість практичного застосування об'єктів інтелектуальної власності: ті ж твори літератури, науки, мистецтва, винаходи та інші результати інтелектуальної праці на відміну від матеріальних об'єктів можуть використовуватися одночасно в різних місцях і різними особами.

Таким чином, **інтелектуальна власність** – це результат інтелектуальної, творчої діяльності людини, який втілений в матеріальному носії, має певну об'єктивну форму і здатний до відтворення.

Інтелектуальна власність визначає тільки те, кому належить результат інтелектуальної, творчої діяльності, втілений у певну об'єктивну форму (патент, свідоцтво, авторський твір, ноу-хау тощо.). Трансформація об'єктів інтелектуальної власності в інноваційний продукт, придатний для виробництва і продажу на ринку, тобто вартісна оцінка та введення їх в господарський оборот, є засобом реалізації економічних інтересів власників об'єктів інтелектуальної власності. Вартісна оцінка прав і використання об'єкта інтелектуальної власності в господарській діяльності змінює його статус – перетворюють в нематеріальний актив, який використовується самим об'єктом господарювання з метою отримання прибутку або реалізується іншим способом. Розуміння сутності механізму перетворення результатів інтелектуальної творчої діяльності людини в нематеріальні активи дозволяє ввести і сформулювати визначення терміну – інтелектуальний капітал. **Інтелектуальний капітал** – це створений або придбаний інтелектуальний продукт, що має певну об'єктивну форму, вартісну оцінку і використовується суб'єктом господарювання з метою отримання прибутку.

Всі об'єкти інтелектуальної власності за особливістю придбання (юридичного закріплення) прав власності можна об'єднати в чотири основні групи: авторське право і суміжні права; промислова власність; комерційна таємниця, у тому числі ноу-хау; захист від недобросовісної конкуренції.

Перша група об'єктів інтелектуальної власності – авторське право і суміжні права. Авторське право регулює відносини щодо використання творів літератури, мистецтва і науки, у тому числі комп'ютерних програм і баз даних. **Авторське право** являє собою надане законом виключне право автору твору оголосити себе його творцем, відтворювати його, поширювати або доводити до відома публіки будь-якими способами і засобами, а також дозволяти іншим особам використовувати твір певними способами. При цьому авторське право на твір не пов'язане з правом власності на матеріальний об'єкт, на якому він втілений. Тому передача права власності на такий матеріальний об'єкт не призводить до передачі авторських прав на твір.

До **об'єктів авторського права** належать: літературні, наукові і художні твори; комп'ютерні програми і компіляції даних (баз даних).

Під **комп'ютерною програмою** розуміють об'єктивну форму представлення сукупності даних і команд, призначених для забезпечення функціонування електронних обчислювальних машин. Конкретно – це ряд інструкцій у вигляді слів, цифр, символів або в будь-якому іншому вигляді, виражених у формі, яку читає машина, і які приводять її в дію для досягнення певної мети або результату. Поняття «комп'ютерна програма» охоплює операційні системи і прикладні програми, виражені у вихідному або об'єктивному коді, включаючи підготовчі матеріали та аудіовізуальні відображення, отримані в результаті розробки комп'ютерної програми. Поняття «комп'ютерна програма» не поширюється на бази даних. Правову охорону не підлягають ідеї та принципи, на яких побудовано комп'ютерні програми, включаючи принципи організації інтерфейсу, алгоритму та мов програмування.

Компіляцією даних (бази даних) називається сукупність даних, матеріалів або творів, систематизованих у формі, яку читає машина.

До **об'єктів суміжних прав** відносять:

- 1) виконання – результат творчої діяльності автора, виконавця, музиканта, диригента, танцюриста або іншої особи, які тим чи іншим способом виконують твори літератури або мистецтва;
- 2) фонограми – звуковий запис будь-якого виконавця або інших звуків;
- 3) відеограми – відеозапис якогось виконавця або інших зображень;
- 4) передачі (програми) організацій мовлення – програми, створені для передачі абонентам радіо– і телепрограм через ефір.

Не належать до об'єктів інтелектуальної власності, що охороняються авторським правом:

- 1) офіційні документи (закони, укази, постанови, судові рішення, інструкції);
- 2) державні символи і знаки (прапори, герби, ордени, грошові знаки);
- 3) твори народної творчості;
- 4) повідомлення про новини дня, поточні події, що мають характер звичайної прес-інформації;

5) ідеї, процедури, процеси, концепції, винаходи, корисні моделі, промислові знаки, знаки для товарів і послуг, раціоналізаторські пропозиції;

б) твори, термін дії авторського права на які закінчився.

Друга група об'єктів інтелектуальної власності – промислова власність. **Промислова власність** представляє собою сукупність виняткових прав на результати інтелектуальної, творчої діяльності, які втілені в матеріальному носії та відповідають умовам охороноздатності об'єкту.

До промислової власності належать *об'єкти патентного права*: винаходи, корисні моделі, промислові зразки, сорти рослин, породи тварин; раціоналізаторські пропозиції; компоновка (топографія) інтегральних мікросхем; позначення: знаки для товарів і послуг (марки товарів), комерційні (фірмові) найменування, географічні зазначення походження товарів.

Розглянемо об'єкти патентного права як складової частини об'єктів промислової власності.

Серед них центральне місце належить винаходам. **Винахід** – результат інтелектуальної, творчої діяльності людини у вигляді технічного (конструкторського, технологічного) рішення, що відповідає умовам охороноздатності об'єкту. Об'єктом винаходу може бути продукт і спосіб.

До основних видів продуктів, які можуть стати об'єктом винаходу, відносяться:

– пристрій – машина, механізм, прилад, які характеризуються наявністю конструктивних елементів та зв'язків між ними, їх взаємним розміщенням, формою виконання, параметрами елементів і матеріалів, з яких їх виготовили;

– речовина – індивідуальна хімічна сполука, композиції (сполуки, суміші, розчини, сплави), продукти ядерного перетворення, які характеризуються якісними і кількісними ознаками;

– штам мікроорганізмів, культивовані клітини рослин і тварин – спадково однорідні культури бактерій, мікроскопічні гриби, дріжджі, мікроорганізми, віруси, фаги, культивовані стоматичні клітини рослин і тварин.

До способів як об'єктів винаходів належать процеси виконання дій над матеріальним об'єктам (об'єктами) за допомогою матеріальних об'єктів. Спосіб характеризується наявністю дій або сукупності дій і порядком їх виконання в часі.

Таким чином, винаходом може бути лише конкретний продукт або спосіб. Пропозиції, сформульовані у вигляді загальної постановки завдання або у вигляді ідеї, не можуть бути кваліфіковані як винахід. Зокрема, не визнаються винаходами відкриття, наукові теорії, математичні моделі, методи організації та управління господарством, плани, умовні позначення, розклади, правила, методи виконання розумових операцій,

комп'ютерні програми, результати художнього конструювання, топографії інтегральних мікросхем, сорти рослин і породи тварин .

Корисна модель – це результат творчої діяльності людини, об'єктом якого є конструктивне рішення пристрою або його складових. Корисні моделі відрізняються від інших об'єктів промислової власності тим, що їх предметом є тільки конструктивне рішення пристрою: просторова композиція, взаємне розташування елементів пристрою, його форма). Це означає, що речовини, штам мікроорганізмів, які культивуються клітини рослин і тварин, а також способи не можуть бути об'єктами корисних моделей.

Промисловий зразок – це результат творчої діяльності людини в галузі художнього конструювання. Об'єктом такої діяльності може бути форма, малюнок чи розфарбування або їх поєднання, що визначають зовнішній вигляд промислового виробу і призначені для задоволення естетичних та ергономічних потреб. Промисловий зразок може бути об'ємним (модель), плоским (рисунок) або комбінованим.

За своєю суттю промисловий зразок – це нове художньо-конструктивне вирішення виробу, в якому досягається єдність технічних і естетичних властивостей. При цьому не підлягають охороні як промислові зразки: об'єкти архітектури (крім малих архітектурних форм), промислові гідротехнічні та інші стаціонарні споруди, друкована продукція як така, об'єкти нестійкої форми з рідких, газоподібних, сипких і подібних їм речовин. Так як промисловий зразок призначений для задоволення естетичних потреб, він наближається до творів образотворчого мистецтва, правова охорона яких здійснюється відповідно до норм авторського права. Відмінність полягає в тому, що для визначення художньої цінності промислового зразка беруть до уваги його естетичне сприйняття, яке мало технічне застосування, а не його художню цінність як твори мистецтва.

Сорт рослин визначається як штучно підібрана сукупність рослин в рамках того ж самого ботанічного таксона з властивими тільки їй біологічними ознаками і властивостями, яка має хоча б одну відмінність від відомої сукупності рослин того ж самого ботанічного таксона і може вважатися єдиною з точки зору її здатності для відтворення сорту. Перелік видів сортів, які охороняються законом України, визначається Кабінетом Міністрів України.

Порода тварин – це тварина яке використовується для відтворення селекційного досягнення або для отримання корисної для людини продукції.

Розглянемо позначення як складову частину об'єктів промислової власності.

Знаки для товарів і послуг (товарні знаки і знаки обслуговування, торгові марки) – це оригінальні позначення, за допомогою яких товари і послуги одних осіб відрізняються в масі однорідних або подібних товарів і послуг інших осіб. Знаки для товарів і послуг відрізняються від інших об'єктів промислової власності тим, що

вони не можуть існувати самі по собі (використовуються тільки одночасно з певними видами товарів або послуг).

Знаки для товарів і послуг виконують такі основні функції:

– індивідуалізація і ідентифікація товарів, його виробника або продавця;

– рекламування товарів або послуг;

– інформування про певні якості товару або послуги;

– сприяння запам'ятовуванню товару або послуги.

Використання таких знаків дає можливість споживачу швидко знайти та ідентифікувати потрібний йому товар. Тому знаки для товарів розміщують на самому товарі або на його упаковці. Знаки для товарів використовують також у рекламі, друкованих виданнях, на офіційних бланках підприємства.

До об'єктів, які можуть отримати правову охорону як знаки для товарів і послуг, відносяться:

– словесні знаки (слова, поєднання букв, лексичний образ);

– візуальні знаки (винаходи живих істот, різноманітних предметів, фігур різних форм, композицій ліній, плям);

– об'ємні знаки (тривимірні об'єкти, фігури та комбінація фігур);

– комбіновані знаки (різні комбінації вище наведених знаків).

Правова охорона надається знаку, який не порушує громадських інтересів, принципів гуманності та моралі.

Фірмове найменування – це стале позначення підприємства (фірми, компанії) або окремої особи, від імені якої здійснюється виробнича або інша діяльність. Фірмове найменування використовується для розпізнання підприємств і виділення їх серед інших. На відміну від знаків для товарів і послуг, які дозволяють ідентифікувати конкретний товар або послугу цього підприємства, фірмове назва вказує на підприємство як таке, без будь-яких посилань на товар або послуги, які воно постачає на ринок. Фірмове найменування ідентифікує підприємство, є символом його репутації, незалежно від того, які товари і послуги воно реалізує на ринок.

Крім назв і фірмових найменувань існують і комерційні найменування. **Комерційне найменування** – це позначення, яке дає можливість одну особу, яка виготовляє і (або) реалізує товари або надає послуги, серед інших. Такі позначення можуть складатися з вказівкою на організаційно-правову форму або характер діяльності юридичної особи та позначення, які є частиною цього комерційного найменування, скороченого найменування юридичної особи. Комерційна назва фізичної особи може містити його прізвище і (або) його власне ім'я. Обов'язкова реєстрація комерційного найменування законом не встановлена.

Географічні зазначення походження товару – це назва географічного місця, яка вживається як позначення у назві товару, що походить із цього географічного місця та має певні властивості, репутацію або інші характеристики, в основному зумовлені характерними для цього географічного місця природними умовами або людськими факторами або

поєднання таких. Географічне зазначення допомагає визначити, де і ким виготовлені ті чи інші товари.

Розглянемо топографію інтегральних мікросхем і раціоналізаторську пропозицію як елементи об'єктів промислової власності.

Топографією інтегральних мікросхем називається зафіксоване на матеріальному носії просторово-геометричне розташування сукупності елементів інтегральної мікросхеми та зв'язків між ними. Розробка топографії інтегральних мікросхем вимагає значних інтелектуальних зусиль, часу і фінансів. Однак практично будь-яку топографію інтегральної мікросхеми можна швидко і порівняно дешево скопіювати, що й обумовлює необхідність її правової охорони. Об'єктами охорони в цьому випадку є тільки топографічна схема, тобто взаємне розміщення елементів мікросхеми. Правова охорона не поширюється на ідеї, способи, технології або закодовану інформацію, які можуть втілені в топографії.

Раціоналізаторська пропозиція – це визнана юридичною особою пропозиція, яка містить технічне (конструкторське, технологічне) або організаційне рішення у будь-якій сфері його діяльності. Раціоналізаторською вважаються не тільки технічні (конструкторські, технологічні) пропозиції, які є новими і корисними для підприємства і передбачають удосконалення та модернізацію використовуваної техніки і технології виробництва, заміну конструкції виробів, складу матеріалів, а й створення нових конструкцій виробів, застосовуваної техніки, матеріалів, технології і організації виробництва. З наведеного визначення також випливає, що пропозиціями, які дають можливість підприємствам підвищувати продуктивність праці, ефективніше використовувати обладнання, енергію, матеріали шляхом організаційно-виробничих новацій, також можуть бути кваліфіковані як раціоналізаторські.

Раціоналізаторські пропозиції відрізняються від інших об'єктів промислової власності тим, що мають так би мовити «місцеву» новизну, є новими щодо техніки, технології, організації виробництва, які використовуються на даному підприємстві, незалежно від того, відомо таке рішення ще де-небудь чи ні.

Для юридичного закріплення прав на об'єкти промислової власності необхідно пройти спеціальну процедуру, яка передбачає:

1) оформлення за певними правилами заявки і подачі її на розгляд до компетентного державного органу;

2) перевірку офіційно уповноваженим державним органом матеріалів заявки на відповідність встановленим законом вимогам (експертиза заявки);

3) видачу від імені держави охоронного документа, який офіційно засвідчує права і встановлює обсяги правового захисту того чи іншого об'єкта промислової власності.

Правила оформлення заявки, умови охороноздатності і охоронні документи, що засвідчують права на різні об'єкти промислової власності, мають свої відмінності (табл. 1).

Таблиця 1 – Умови охороноздатності та охоронні документи, що засвідчують права на об'єкти промислової власності

Об'єкт промислової власності	Умови (критерії охороноздатності)	Охоронний документ, що засвідчує право на об'єкт інтелектуальної власності
Винахід	новизна; наявність винахідницького рівня; промислова придатність	патент
Корисна модель	новизна; промислова придатність	патент
Промисловий зразок	новизна; промислова придатність	патент
Сорт рослин	новизна; відмінність; однорідність; стабільність	патент
Знаки для товарів і послуг	Розпізнавальна спроможність; відсутність підстав для відмови у наданні правової охорони	свідоцтво
Географічне зазначення	воно є назвою географічного місця, з якого цей товар походить, і вживається як назва певного товару або як елемент цієї назви; у визначеному цією назвою географічному місці є характерні умови та (або) людський фактор, що надають товару певних властивостей чи інших властивостей	свідоцтво
Компонування (топографія) інтегральних мікросхем	оригінальність	свідоцтво
Раціоналізаторська пропозиція	новизна для підприємства; корисність для підприємства	свідоцтво

Право власності на винахід, корисну модель і промисловий зразок засвідчується патентом. **Патентом** називається виданий державним органом (патентним відомством) охоронний документ, який підтверджує право його власника на відповідний об'єкт промислової власності. Патент забезпечує його власнику:

- виключне право використовувати винахід (корисну модель, промисловий зразок) на свій розсуд;

- право забороняти третім особам використовувати винахід (корисну модель, промисловий зразок) без дозволу автора;

- можливість передавати на підставі договору право власності на винахід (корисну модель, промисловий зразок) будь-якій особі, яка стає правонаступником власника патенту;

- право надати будь-якій особі дозвіл (видати ліцензію) на використання винаходу (корисної моделі, промислового зразка) на підставі ліцензійного договору;

- право подати до патентного відомства для офіційної публікації заяви про надання будь-якій особі дозволу на використання запатентованого винаходу (корисної моделі, промислового зразка).

У разі порушення прав патентовласника він може через суд примусово стягувати компенсацію збитків. Порушенням виключного права вважається несанкціоноване виготовлення, використання, пропозиція продажу, продаж або інше введення в господарський оборот товарів або їх компонентів, створеним за технічним рішенням, на яке поширюється дія патенту. Виключне право, яке випливає з патенту, діє лише на території тієї країни, яка видала патент, і не може виходити за межі її кордонів.

Свідоцтво на знак для товарів і послуг та на фірмове найменування забезпечує його власнику: виключне право користування і розпорядження знаком на свій розсуд; право забороняти іншим особам використовувати знак без дозволу власника; право надати будь-якій особі дозвіл (видати ліцензію) на використання знака на підставі ліцензійного договору.

Правова охорона географічного зазначення походження товару має певні особливості, які полягають в її колективному характері. Це означає, що реєстрація права на використання зазначення походження товару не обмежує прав інших осіб на реєстрацію їх прав на його використання.

Захист виключних прав авторів топографії інтегральних мікросхем здійснюється також на підставі їх державної реєстрації з видачею свідоцтва.

Особливості раціоналізаторських пропозицій як об'єктів промислової власності полягають у тому, що вони проходять експертизу на новизну і корисність тільки на рівні підприємства, де їх подано. Після винесення керівником підприємства рішення про визнання пропозиції раціоналізаторською і про прийняття її для використання автору пропозиції видається свідоцтво встановленого зразка, яке підтверджує факт створення раціоналізаторської пропозиції, його пріоритет і авторство.

Третя група об'єктів інтелектуальної власності – комерційна таємниця, в тому числі ноу-хау.

Комерційна таємниця – це будь-яка інформація про діяльність підприємства, яка не є державною таємницею, має комерційну цінність в слідстві її недоступності для третіх осіб і розголошення якої може завдати шкоди підприємству. У загальному розумінні комерційною таємницею є інформація виробничо-господарського, науково-технічного, фінансово-економічного характеру (у т.ч. методи продажу, рекламна стратегія, список постачальників тощо), розголошення якої може призвести до економічних збитків.

Специфічною рисою комерційної таємниці як об'єкта інтелектуальної власності є її універсальність. Комерційною таємницею може бути будь-яка інформація, пов'язана з особливостями виробництва, технології, управління, фінансів, інноваційної та іншої діяльності підприємства, яка надає йому певні переваги над конкурентами.

За розголошення комерційних таємниць законодавством України передбачена сувора (аж до кримінальної) відповідальність.

До комерційних таємниць відносять і ноу-хау. **Ноу-хау** – це незахищена охоронними документами і неоприлюднена інформація наукового, технічного, виробничого, фінансового, управлінського характеру, яка практично застосовується в діяльності підприємства або в професійній діяльності, і дає можливість підприємству отримувати прибуток або іншу винагороду.

Термін «ноу-хау» походить від англійського виразу «знати як зробити». До «ноу-хау» належать також незапатентовані з різних причин винаходи. Об'єктами ноу-хау можуть бути різні посібники (довідники), специфікації, формули, рецепти, знання і досвід в сфері маркетингу, оформлені упаковки продукції та ін. Важливою ознакою ноу-хау є конфіденційний характер тих знань та досвіду, на отримання яких підприємство, як правило, витратило значні кошти і час.

Четверта група об'єктів інтелектуальної власності – захист від недобросовісної конкуренції. Захист від недобросовісної конкуренції було віднесено до елементів системи охорони інтелектуальної власності ще в 1990 р. при перегляді Паризької конвенції про охорону промислової власності. **Недобросовісною конкуренцією** вважаються будь-які дії, які суперечать чесним звичаям у підприємницькій діяльності. Відповідно до законодавства України недобросовісною конкуренцією вважаються дії, пов'язані:

- 1) із неправомірним використанням ділової репутації суб'єкта господарювання (використання чужих позначень, рекламних матеріалів, упаковки; копіювання зовнішнього вигляду товарів іншого виробника; порівняльна реклама);

- 2) зі створенням перешкод суб'єктам господарювання у процесі конкуренції та досягнення неправомірних переваг у конкуренції (дискредитація суб'єкта; купівля-продаж товарів, виконання робіт, надання

послуг із примусовим асортиментом; змови до бойкоту суб'єкта господарювання; наклепи постачальника до дискримінації покупця; змови до розірвання договору з конкурентом; підкуп працівника постачальника або покупця);

3) з неправомірним збиранням, розголошенням та використанням комерційних таємниць.

25 Логістичний підхід в управлінні ресурсами [5]

Термін «логістика» – це синтез грецького слова «lego» (думати), німецького – «logik» (логіка), французького «logez» (розміщення) означає «мистецтво розрахунку». Єдиного визначення логістики на сьогодні в зарубіжній і вітчизняній економічній літературі немає. Різноманітність тлумачень цього поняття пов'язано перш за все з тим, що еволюціонувала сама концепція логістики. У зв'язку з цим змінювалося як саме визначення, так і об'єкти дослідження логістики змінювалися й уточнювалися з розвитком ринкових відносин.

Новизна *логістичного підходу* до управління ресурсами полягає в зміні пріоритетів господарської діяльності, де головну роль грає не сам продукт, а процеси в формі різних потоків (матеріального, інформаційного, фінансового).

Відповідно до одного з найбільш загальних визначень **логістика** є теорія і практика управління матеріальними потоками.

З точки зору керівника, **логістика** інтерпретується як організація управління цілеспрямованою підготовкою і доцільним використанням коштів, необхідних для вирішення конкретних завдань.

З позиції маркетингу **логістика** – процес управління виробництвом, рухом і збереженням матеріалів і товарів, а також супутніми інформаційними потоками за допомогою організації каналів руху товару, причому поточні й майбутні витрати мінімізуються за умови високоефективного використання замовлень споживачів.

Таким чином, в цілому, **логістика** – це гармонізація процесу управління потоками економічної системи на шляху від первинного джерела сировини до кінцевого споживача готової продукції на основі системного підходу та економічних компромісів щодо оптимізації загальних витрат ресурсів, ринкових зв'язків і отримання синергетичного ефекту.

Логістика є певною виробничою інфраструктурою економіки. Вона базується на чіткій взаємодії попиту, постачання, виробництва, транспортування і розподілу продукції. Починаючи з первинних джерел сировини або виготовлення напівфабрикатів, логістика продовжується в обігу матеріалів і напівфабрикатів у рамках виробничого процесу підприємства і завершується доставкою готової продукції споживачеві.

Використання логістичного підходу в діяльності підприємства має істотну практичну цінність. У прикладній сфері зворотна віддача від організації підприємства на основі логістичного підходу визначається в відчутному економічному ефекті, такому як мінімізація загальних витрат під час постачання, виробництва і збуту товарів з метою задоволення суспільних потреб.

В економічній літературі більшість дослідників виділяє три етапи розвитку логістики. Ці етапи дають можливість простежити зміну концептуальних підходів до цього організаційно-прикладного напрямку.

Перший етап (50–60-ті роки ХХ століття) – характеризується розробкою експериментальної концепції логістики, використанням логістичного підходу до управління матеріальними потоками у сфері обігу. У цей період формуються два стрижневих постулати:

- існує можливість об'єднання матеріальних потоків виробництва, зберігання і транспортування єдиною системою управління;
- інтеграція окремих функцій фізичного розподілу матеріалів веде до появи істотного економічного ефекту.

На першому етапі розвитку логістики транспорт і склад, раніше пов'язані лише операціями завантаження і розвантаження, встановлюють тісні взаємні зв'язки. Вони починають працювати на один економічний результат за єдиним графіком і єдиною узгодженою технологією. Тара, в якій відправляється вантаж, вибирається з урахуванням специфіки транспорту, в свою чергу характеристика вантажу, який необхідно перевести, обумовлює вибір виду транспорту. Спільно вирішуються й інші завдання організації транспортно-складського процесу.

Другий етап (70–80-ті роки ХХ століття) характеризується розширенням інтеграційної основи логістики на основі комплексного підходу та ідеології раціональності. Логістика почала охоплювати виробничий процес. У цей період відбувається:

- стрімке зростання вартості і централізація фізичного розподілу ресурсів;
- підвищення професіоналізму менеджерів, які здійснюють управління логістичними процесами;
- використання довгострокового планування в сфері логістики;
- комп'ютеризація логістичних процесів;
- несподіване значне скорочення запасів у матеріалопровідних ланцюгах;
- чітке визначення дійсних витрат розподілу ресурсів;
- розробка і впровадження заходів щодо мінімізації витрат в процесі просування матеріального потоку до кінцевого споживача (через призму трансформації його в товар).

До взаємодії складування і транспортування стали підключати планування виробництва, що дало можливість скоротити запаси, підвищити якість обслуговування покупців за рахунок своєчасного виконання замовлень, підвищити ефективність використання устаткування.

Третій етап відноситься до сучасності і може бути охарактеризований наступним чином:

- з'являються фундаментальні зміни в організації та управлінні ринковими процесами в глобальній економіці;

- сучасні комунікаційні технології, які забезпечують швидке проходження матеріальних та інформаційних потоків, дозволяють здійснити моніторинг усіх фаз переміщення продукту від первинного джерела до кінцевого споживача;

- розвиваються галузі, які надають послуги в сфері логістики;

- концепція логістики, ключовим постулатом якої є необхідність інтеграції, починає визнаватися більшістю учасників ланок «постачання–виробництво–розподіл»;

- сукупність матеріалопровідних суб'єктів набуває цілісного характеру.

Мета логістики – це оптимізація (за критерієм економії ресурсів) циклу відтворення шляхом комплексного, орієнтованого на ринок, формування матеріального потоку у виробництві і подальшої комерціалізації товару.

Найчастіше мету логістичної діяльності пов'язують з так званими правилами логістики. Найбільш поширеним підходом є виділення «семи правил логістики», так званого комплексу логістики «7R» (від англійського слова «right» – правильний): споживач – відповідний споживач; товар – потрібний товар; кількість – у необхідній кількості; якість – необхідної якості; час – необхідно доставити у потрібний час; місце – у потрібне місце; витрати – з мінімальними витратами.

Головна мета логістики конкретизується в її **завданнях**, які за ступенем значимості діляться на три групи: глобальні, загальні та локальні.

До глобальних завдань відносяться:

- комплексне інтегроване системоутворення ресурсних потоків;

- стратегічне управління використанням логістичних потужностей сфер виробництва та обігу;

- систематичне уточнення логістичної концепції в рамках прийнятої стратегії в ринковому середовищі;

- досягнення високої системної адаптивності й мобільності.

Загальні завдання:

- наскрізний контроль за операційними процесами в логістичних системах;

- поліваріантне прогнозування й обґрунтування обсягів виробництва, перевезень, потреби в запасах;

- пошук дисгармонії між потребами виробництва і можливостями матеріально-технічного забезпечення, а також потребами в логістичних послугах під час збуту і можливостями логістичних систем;

- виявлення першопричин виникнення втрат часу, матеріальних, трудових і грошових ресурсів.

- формалізація поточних логістичних цілей і параметрів функціонування логістичної системи;

- розробка та удосконалення методів управління матеріальними потоками;
- стандартизація кваліметричних параметрів якості логістичних систем і окремих операцій;
- ідентифікація руху матеріальних ресурсів, напівфабрикатів, готової продукції в процесі виробництва;
- оптимізація технічної та технологічної структури транспортно-складських комплексів;
- раціоналізація зв'язків з навколишнім середовищем.

Локальні завдання:

- оперативна інформація;
- оптимізація запасів на всіх етапах руху товарів;
- раціоналізація часу зберігання продукції;
- сприяння протіканню трансформаційних процесів;
- скорочення часу транспортування продукції;
- швидке реагування на зміну уподобань споживачів;
- раціональний розподіл транспортних засобів;
- гарантоване забезпечення якісного післяпродажного обслуговування;
- зниження витрат у всіх ланках логістичного ланцюга.

Основні функції логістики:

1) системоутворююча функція логістики проявляється в забезпеченні процесу управління ресурсами з використанням системи ефективних технологій. Тобто логістика утворює систему управління рухом товарів (формування бізнес-комунікацій, організація руху продукції через місця складування, формування і регулювання запасів продукції, розвиток і організація складського господарства);

2) інтегруюча функція логістики забезпечує синхронізацію процесів збуту, зберігання і доставки продукції; забезпечує узгодження інтересів логістичних посередників;

3) регулююча функція. Логістичне управління матеріальними і супутніми потоками, спрямоване на економію всіх видів ресурсів, скорочення витрат живої і матеріалізованої праці на стику різних організаційно-економічних рівнів і галузей;

4) результативно-трансформувальна функція. Логістична діяльність спрямована на постачання продукції в необхідній кількості, в певний час і місце з заданою якістю (станом), при мінімальних витратах. Логістика прагне охопити всі етапи взаємодії ланцюжка «постачання – виробництво – розподіл – споживання». Тобто вона є алгоритмом трансформації ресурсів в поставку готової продукції відповідно до наявного попиту.

Теорія логістики дозволяє визначити такі категорії, як бізнес-логістика, маркетинг-логістика, промислова логістика, логістика менеджменту, логістика розподілу, логістика забезпечення.

У цілому розрізняють два рівня логістики:

- 1) *макрологістика* – розглядає глобальні проблеми управління

бізнес–процесами (охоплює міжгалузеві процеси, тобто логістичні процеси між різними фірмами, транспортом, посередниками);

2) *мікрологістика* – вивчає локальні проблеми управління внутріфірмовими потоками.

Виділяють три види мікрологістики: **логістику постачання**, пов'язану із заготівлею чи закупівлею товарів; **виробничу логістику**, яка стосується доставки тих чи інших видів виробничих ресурсів безпосередньо на місце їх переробки або використання в необхідних обсягах або в певний термін, і **логістику розподілу чи збуту**, яка забезпечує збутові центри готовими виробами або фірмовими послугами.

Для всіх цих видів мікрологістики обов'язковим є наявність логістичного інформаційного потоку (надходження даних про матеріальні потоки, їх передача, обробка та систематизація з наступною видачою готової інформації). Якщо в рамках логістичної системи інтегруються функції постачання, виробництва, збуту, розподілу і транспортування, споживання та ринку, тоді вона називається макрологістичною.

Отже, сферами мікрологістики є:

- планування виробничих завдань з детальним розподілом випуску виробів, контроль за якістю праці, розміщення плану випуску виробів по виробничих ділянках підприємства;

- переробка вантажів, що транспортуються, управління запасами, переміщення, зв'язок, організація інформаційних потоків, упаковка продукції, її зберігання, складування, навантажувальний-розвантажувальні операції та комплектація партії вантажів;

- матеріальне заохочення, фінанси та розрахунки, вивчення ринку, організація служби постачання;

- проектування замовлень на поставку продукції, складування запасів, постачання споживачам, фінансування замовлень.

У мікрологістичній системі вирішуються питання в рамках її окремих функціональних елементів. Наприклад, в рамках підприємства інтегруються процеси планування виробництва і збуту, здійснюється оптимізація транспортно-складських і вантажно-розвантажувальних робіт, відбувається контроль матеріального потоку, тобто матеріалів, які надходять на підприємство, обробляються тут і передаються по каналах збуту, відвантажуються. Такі мікрологістичні системи іноді називають внутрішньовиробничими. До них відносяться і великі автоматизовані транспортно-складські комплекси.

26 Матеріальний потік і його різновиди [5]

Поняття матеріального потоку є ключовим в логістиці. Матеріальні потоки утворюються в результаті транспортування, складування і виконання інших матеріальних операцій із сировиною, напівфабрикатами і

готовою продукцією, починаючи з первинного джерела сировини до кінцевого споживача.

Поняття матеріального потоку узагальнює безперервність зміни і переміщення результатів праці в сфері виробництва та обігу.

Матеріальний потік – це сукупність товарно-матеріальних цінностей, які розглядаються в тимчасовому інтервалі в процесі застосування до них різних логістичних операцій.

Матеріальні потоки можуть протікати як усередині одного підприємства, так і між різними підприємствами. При цьому кожному матеріальному потоку відповідає деякий інформаційний потік, який в просторовому і часовому аспектах може не збігатися з матеріальним.

Матеріальні потоки можуть перебувати в двох протилежних станах: динамічному і статичному. У тих випадках, коли матеріальні потоки розглядаються не в часовому інтервалі, а в фіксований момент часу, вони утворюють матеріальні запаси.

Форма існування матеріального потоку обумовлена самим визначенням і проявляється в матеріально-речових утвореннях, які можуть змінюватися в залежності від етапу просування. Так, щодо підприємства матеріальний потік на етапі забезпечення виробничих процесів матеріальними ресурсами виступає у вигляді потоку сировини, комплектуючих, допоміжних матеріалів. На етапі виробництва – у вигляді напівфабрикатів. На етапі розподілу і збуту – у вигляді готової продукції, запасних частин для продукції, яку використовують споживачі.

У сучасній науковій літературі в сфері логістики виділяють різні види матеріальних потоків. Найбільш важливими ознаками класифікації матеріальних потоків виступають наступні (табл. 1).

Таблиця 1 – Класифікація матеріальних потоків

Класифікаційна ознака	Різновид	Сутність
За рівнем складності	елементарний	– сукупність ресурсів одного найменування, які розміщені на протязі всього шляху від конкретного джерела виробництва до моменту споживання
	інтегрований	– множина елементарних потоків, що формується на підприємстві і забезпечує його нормальне функціонування
Стосовно логістичної системи	зовнішній	– це потік, який протікає в зовнішньому щодо певної логістичної системи середовищі. До цієї категорії відносяться не будь-які вантажі, що переміщуються поза підприємства, а лише ті, до організації яких причетне підприємство
	внутрішній	– це потік, що протікає у внутрішньому середовищі відносно певної логістичної системи

За призначенням	вхідний	– це зовнішній потік, який надходить в логістичну систему із зовнішнього середовища. За умови збереження на підприємстві запасів на одному рівні вхідний матеріальний потік буде дорівнювати вихідному
	вихідний	– це потік, який виходить з логістичної системи і надходить у зовнішнє для неї середовище. (Вхідні або виходять матеріальні потоки є формою реалізації циклічних зв'язків, тобто зв'язків, у яких вихід з однієї мікрологістичної системи одночасно є входом в іншу і навпаки).
За ритмічністю	безперервні	– мають місце на конвеєрних або автоматизованих лініях в процесі виробництва, в разі транспортування матеріальних ресурсів трубопроводом і т.п.
	дискретні	– організація забезпечення потреб у формі складських і транзитних поставок, подача на робочі місця матеріальних ресурсів за умови дрібносерійного і середньосерійного виробництва, регулярне відвантаження готової продукції постійним контрагентам і т.п.
	бліц–потоки	– це разове постачання, подача на робочі місця рідкоживаних предметів і засобів праці
Залежно від предмета вивчення	продуктові	– об'єктом їх вивчення (аналізу, планування) є переміщення конкретних продуктів і засобів праці
	операційні	– потоки матеріальних ресурсів щодо конкретних логістичних операцій
	ділянкові	- сукупні потоки, які розглядаються на окремій ділянці логістичної системи. Основою для їх розрахунку є операційні логістичні потоки
	системні	– матеріальні потоки, які циркулюють в цілому у логістичній системі, їх параметри визначаються як сума ділянкових потоків
За натурально–речовим складом	моноасортиментні	– потоки, які утворюють вантажі одного найменування
	поліасортиментні	– матеріальні потоки з широким асортиментним складом
За кількісною ознакою	масові	– потоки, що виникають у процесі транспортування вантажів не одним транспортним засобом, а групою
	крупні	– кілька залізничних вагонів, автомашин
	середні	– потоки, які утворюють вантажі, які надходять окремими вагонами або автомобілями
	дрібні	– утворюють кілька вантажів, які не дають можливості використовувати

		вантажопідйомність транспортного засобу і вимагають для перевезення суміщення з іншими, попутними вантажами
За вантажопідйомністю	тяжкі	– потоки, що забезпечують повне використання вантажопідйомності транспортного засобу, вимагають меншого складського об'єму. Важкі потоки утворюють вантажі, у яких маса одного місця перевищує 1 тону (в разі перевезення водним транспортом) і 0,5 тони (у разі перевезення залізничним транспортом)
	легкі	– представлені вантажами, які не дозволяють повністю використовувати вантажопідйомність транспорту. Одна тонна вантажу легкого потоку має обсяг понад 2 м ³
За ступенем сумісності утворюючих потік вантажів	сумісні	– матеріальні потоки, які не вимагають окремого місця для зберігання і транспортування
	несумісні	– матеріальні потоки з особливими вимогами щодо зберігання та транспортування
За консистенцією вантажів	насипні	– вантажі, що перевозяться в спеціальних транспортних засобах (вагонах бункерного типу, відкритих вагонах, на платформах, в конвеєрах, в автомашинах) без тари
	навалові вантажі	– як правило це вантажі мінерального походження (сіль, вугілля, руда, пісок і т.п.), що перевозяться без тари, деякі з них можуть змерзатися, злежуватися, спекатися
	тарно-штучні	– вантажі, що мають різні фізико-хімічні властивості, питому вагу, обсяг і перевозяться в контейнерах, ящиках, мішках, а також вантажі без тари, довгоміри і негабаритні вантажі
	наливні	– вантажі, які перевозяться наливом за допомогою спеціальних технічних засобів (цистерн або наливних суден)

Матеріальні потоки характеризуються кількісними і якісними показниками. Основними з яких є напруженість і потужність матеріального потоку:

- **напруженість матеріального потоку** – це інтенсивність переміщення матеріальних ресурсів, напівфабрикатів і готової продукції;
- **потужність матеріального потоку** – це обсяг продукції, який переміщається за певну одиницю часу.

Виходячи з цього, потік має розмірність «обсяг / одиниця часу», тобто є дробом, в чисельнику якого – одиниця виміру вантажу (штуки,

тони і т. д.), в знаменнику – одиниця виміру часу (доба, місяць, рік і т.д.). На розмірність потоку безпосередньо впливає обсяг (маса), час і форма поставки.

Крім названих, на потужність і напруженість матеріальних потоків впливають інші чинники. Так, у сфері виробництва ці показники залежать насамперед від форм виробництва, технології виконання логістичних операцій, рівня механізації і автоматизації робіт. Велике значення має також вид продукції, її призначення. Якщо її використовують на підприємствах сфери виробництва, то матеріальні потоки будуть потужними за обсягом, але менш напруженими за формою поставки. Інша ситуація спостерігається під час управління матеріальними потоками, які за змістом складаються з продукції споживчого призначення.

Крім вищеназваних, матеріальні потоки можна класифікувати за такими ознаками, як номенклатура продукції, початкові, кінцеві та проміжні пункти, наявність і величина запасів в цих пунктах, способи переміщення.

Вивчення матеріальних потоків є основними для оптимізації технологічних процесів виробництва, матеріально-технічного забезпечення, транспортування і збуту продукції, раціоналізації документообігу, проєктування виробничих, складських та допоміжних приміщень, створення високоефективної комунікаційної інфраструктури та організаційних структур управління.

27 Матеріально-технічне забезпечення виробництва [5]

У своїй діяльності підприємство використовує різні матеріально-технічні ресурси (сировину, матеріали, паливо, енергію, комплектуючі). Ці матеріально-технічні ресурси в процесі виробництва перетворюються на продукцію (послуги) і підлягають постійному поповненню. Для цього організовується **матеріально-технічне забезпечення**, яке включає:

- визначення потреби в матеріально-технічних ресурсах;
- пошук і закупівля ресурсів;
- організацію доставки;
- зберігання і видачу певним споживачам на підприємстві.

Поставки матеріально-технічних ресурсів повинні бути своєчасними, комплексними і з мінімальними витратами.

Виконує роботу з матеріально-технічного забезпеченню виробництва відділ маркетингу або відділ матеріально-технічного постачання (забезпечення).

Матеріально-технічні ресурси підприємство закуповує на ринку, де продавцями і постачальниками є безпосередньо підприємства-виробники чи організації-посередники. Купівля матеріально-технічних ресурсів безпосередньо у виробників, тобто організація постачання за прямими

зв'язками, має переваги в тому, що вона забезпечує можливість оперативного врахування спеціальних вимог покупця до продукції, конкретних побажань щодо її складу, конструкції, оформлення, планування тощо. За прямими зв'язками поставляються передусім ті матеріально-технічні ресурси, які необхідні постійно і у великій кількості, а також вироби за індивідуальним замовленням і складне устаткування. Однак вся номенклатура матеріально-технічних ресурсів, необхідних у виробництві, яка сягає іноді десятки тисяч найменувань і типорозмірів, не може поставлятися за прямими зв'язками. Ті ресурси, які необхідні у невеликій кількості економніше купувати у посередників – оптових фірм, дилерів, в магазинах. Вони комплектують певний асортимент товарів для продажу і територіально розміщуються недалеко від підприємств і організацій-споживачів.

Нерегулярна або періодична купівля матеріально-технічних цінностей, перш за все з однорідними стандартизованими властивостями, може здійснюватися на товарних біржах, де сконцентрована інформація про продаж продукції та рівень поточних цін.

Коло основних постачальників підприємства є досить стабільним, особливо за умови масового і серійного виробництва, коли є постійна потреба у великій кількості одних і тих же матеріалів. Але періодично виникають нові завдання, що вимагають нових матеріально-технічних ресурсів і нових постачальників (освоєння нової продукції, заміна та вдосконалення технологічних систем, нове будівництво). Однак і без цього може виникнути необхідність заміни окремих постачальників, розширення їхнього кола. Тому важливою є проблема вибору постачальників.

Вибираючи постачальників матеріально-технічних ресурсів, необхідно врахувати ряд факторів, в тому числі: відповідність виробничої потужності постачальників потребі підприємства в матеріалах, якість і ціну ресурсів, репутацію постачальника, його територіальне розташування і оперативність поставок, швидкість реакції на потреби покупця, умови розрахунків, можливість надання кредиту. Ці характеристики постачальників ретельно аналізуються, і вибирається той партнер, який забезпечує найкращі умови поставки при мінімальних витратах.

Між постачальником і споживачем матеріально-технічних ресурсів укладається договір, що регламентує усі умови поставки: якість, ціну товарів, термін доставки, форму розрахунків, відповідальність за порушення договору.

Матеріально-технічні ресурси надходять на склади відділу постачання підприємства, з яких далі подаються в цехи і на робочі місця. Об'єкти техніки (машини, устаткування, пристрої та ін.), які необхідні епізодично, зберігаються на складі підприємства до моменту введення в експлуатацію.

Поставка матеріалів на робочі місця є завершальним етапом матеріально-технічного забезпечення. Воно здійснюється за певною системою. Для кожного цеху чи іншого підрозділу службою матеріально-технічного

забезпечення на підставі норм витрат і планового обсягу робіт встановлюється ліміт витрат матеріалів, в рамках якого вони видаються зі складу.

Залежно від типу виробництва використовують різні системи лімітування і забезпечення цехів матеріалами. На підприємствах одиничного і дрібносерійного виробництва поширеною є *децентралізована (пасивна) система* постачання цехів. Склад видає матеріали на підставі разових вимог цехів, які самостійно їх одержують і транспортують. За умови масового і багатосерійного виробництва зі стабільною номенклатурою продукції і ритмічністю споживання матеріалів використовують *централізовану (активну) систему забезпечення робочих місць*. Працівники складу доставляють матеріали в цех безпосередньо на робоче місце в необхідній кількості і у встановлений час відповідно до календарного графіку в рамках встановленого ліміту. Централізована схема дозволяє більш ефективно використовувати складські приміщення, транспортні засоби, успішніше механізувати і автоматизувати транспортно-складські операції.

Вищою формою централізованого постачання матеріалів в цехи і на робочі місця є *інтегрована система виробництва і постачання «точно в строк»* (японський варіант «канбан»), коли всі процеси і їх забезпечення здійснюється відповідно до чіткого календарним графіком. В єдиний графік роботи включаються також і постачальники, які забезпечують виробничий процес часто прямо «з коліс», зводячи запаси матеріалів масового споживання до мінімуму.

Кількість матеріалів певного виду, яка необхідна підприємству в розрахунковий період в натуральному вираженні (M_H) і яку слід закуповувати, визначається за формулою

$$M_H = M_{p.п} - M_{з.к.} + M_{з.п.}, \quad (1)$$

де $M_{p.п.}$ – витрата матеріалів в розрахунковому періоді;

$M_{з.п.}$, $M_{з.к.}$ – перехідний запас матеріалів відповідно на початок і кінець розрахункового періоду.

Матеріали ($M_{p.п.}$) витрачаються на такі потреби: основне виробництво, виготовлення технологічного оснащення, ремонтно-експлуатаційні роботи, заходи підвищення технічного рівня виробництва, капітальне будівництво власними силами. Витрати матеріалів розраховуються множенням обсягу продукції (робіт) на норму витрат матеріалу. Цей основоположний принцип конкретизується відповідно до об'єкту нормування. Так, витрати матеріалів на виробництво продукції ($M_{p.п.}$) визначається за формулою

$$M_{p.п.} = \sum_{i=1}^n N_i \cdot M_{Hi} \pm M_{нзп}, \quad (2)$$

де n – кількість найменувань продукції, що випускається;

N_i – обсяг випуску продукції i -го найменування в натуральному вираженні;

M_{ni} – норма витрат матеріалу на одиницю i -го виробу;

$M_{нзп}$ – витрати матеріалу на зміну залишків незавершеного виробництва.

Так підраховуються витрати на виробництво продукції основних, допоміжних матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих виробів.

Витрати матеріалів на допоміжні та обслуговуючі процеси обчислюються множенням обсягу робіт або кількості об'єктів обслуговування на норму витрат. Об'єктами нормування витрат в цьому випадку можуть бути час роботи устаткування (мастильні, охолоджуючі матеріали, енергія), тонно-кілометри перевезень (матеріали для обслуговування транспортних засобів), одиниця ремонтоскладності устаткування (матеріали для ремонту, запасні частини), кількість працівників (спецодяг, спецхарчування).

Останнім часом спостерігається тенденція звуження сфери масового і багатосерійного виробництва. Розширюється застосування універсального устаткування, гнучких переналагоджуваних (виробничих) систем. Виробники отримують все більше замовлень на виробництво невеликих партій і навіть одиничних замовлень. При цьому з боку покупця все частіше висувається вимога задоволення потреби в мінімально короткий термін. Тому виникає необхідність застосування логістики у матеріальній сфері, з оптимізацією матеріальних потоків всередині підприємства, так званої виробничої логістики.

28 Сучасні системи управління матеріальними потоками [5]

Управління матеріальними потоками передбачає визначення параметрів траєкторії переміщення матеріалів, до яких відносяться: найменування матеріальних ресурсів; кількість матеріальних ресурсів; початкова точка (вибір постачальника); кінцева точка (вибір споживача); час (в які терміни необхідно виконати замовлення і доставити продукцію). Завдання логістики полягає в тому, щоб організувати процеси переміщення, які в сукупності були б оптимальними для певної сфери і логістичної системи в цілому.

На сьогодні розроблено і впроваджено в практику декілька систем управління матеріальними потоками в рамках двох принципово різних методичних підходів.

Перший підхід закладено в основу **«штовхаючих» систем (push system)**. Його суть полягає в тому, що із завершенням роботи на виробничій ділянці матеріальний потік «виштовхується» на наступний ділянку (склад готової продукції) за розпорядженням, яке надходить з центральної системи управління виробництвом. Отже, в «штовхаючій»

системі матеріальний потік рухається в міру виконання робіт, без урахування готовності наступної дільниці виробництва до роботи. Використовуючи таку систему управління, протягом місяця доводиться неодноразово змінювати виробничий графік для всіх технологічних стадій одночасно, що часто дуже складно зробити.

«Штовхаючі» системи управління матеріальними потоками характерні для традиційних методів організації виробництва. Основний їх недолік полягає в необхідності створення значних складських запасів матеріальних ресурсів і буферних запасів деталей і комплектуючих між виробничими підрозділами і окремими стадіями технологічного процесу.

Можливість застосування «штовхаючих» систем для логістичної організації виробництва з'явилася у зв'язку з масовим поширенням обчислювальної техніки і сучасних інформаційних технологій. Найбільш відомими виробничими логістичними моделями систем такого типу є системи планування виробничих ресурсів MRP I, MRP II, DRP I і DRP II.

Інший підхід до організації логістичних процесів на виробництві ґрунтується на принципово іншому способі управління матеріальними потоками. Він є основою створення «тягнутих» систем (**pull system**), відповідно до яких кожна дільниця виробництва, у міру необхідності, «притягує» до себе деталі і напівфабрикати з попередньої дільниці. В цьому випадку центральна система управління не втручається в обмін матеріальними потоками між різними ланками підприємства, не встановлює для них поточних виробничих завдань. Виробнича програма окремої технологічної ланки визначається обсягом замовлення наступної ланки. Основною функцією центру управління є постановка завдання перед кінцевою ланкою виробничого технологічного ланцюга.

Перевагою «тягнутих» (витягуючих) систем є те, що вони не вимагають загальної комп'ютеризації виробництва. У той же час вони передбачають високу дисципліну і дотримання всіх параметрів поставок, а також підвищену відповідальність персоналу всіх рівнів, особливо виконавців. Це пояснюється тим, що централізоване регулювання виробничих процесів обмежене.

До «тягнутих» логістичних системах відносяться: KANBAN, ОВТ (оптимізована виробнича технологія), «мізерне виробництво».

У практиці господарювання широко використовуються як «штовхаючі» системи, так і «тягучі».

Розглянемо більш детально механізм функціонування найбільш поширених **систем управління матеріальними потоками**.

1. Системи планування виробничих ресурсів.

Базовими мікрологістичними системами, які ґрунтуються на концепції «планування потреб/ ресурсів», у виробництві і в постачанні є системи «планування потреби в матеріалах/ виробничого планування потреби в ресурсах» (materials/ manufacturing requirements/ resource planning, MRP I/ MRP II), а в дистрибуції – системи «планування розподілу продукції/ ресурсів» (distribution requirements/ resource planning, DRP I/ DRP II).

Хоча сама логістична концепція, закладена в основу «системи MRP I», сформована досить давно (з середини 50-х років XX століття), але тільки з появою швидкодіючих комп'ютерів її вдалося реалізувати на практиці. Одночасно революція в мікропроцесорних та інформаційних технологіях стимулювала бурхливий ріст різних застосувань систем MRP у бізнесі.

Програмний комплекс MRP I ґрунтується на систематизованих виробничих розкладах (графіках випуску кінцевої продукції) залежно від споживчого попиту і комплексної інформації, отриманої з баз даних про матеріальні ресурси та їх запаси. Алгоритми, закладені в програмні модулі системи, спочатку переводять попит на готову продукцію в необхідний загальний обсяг вихідних матеріальних ресурсів. Потім програми обчислюють перелік вимог на вихідні матеріальні ресурси, напівфабрикати, обсяг незавершеного виробництва, які ґрунтуються на інформації про відповідний рівень запасів, і розміщують замовлення на обсяги вихідних матеріальних ресурсів для ділянок виробництва (складування) готової продукції. Замовлення залежать від специфікованих за номенклатурою обсягів у вимогах на матеріальні ресурси і часу їх доставки на відповідні робочі місця і склади.

Після завершення всіх необхідних обчислень в інформаційно-комп'ютерному центрі фірми формується вихідний комплекс машинограм системи MRP I, який у документальному вигляді передається виробничим та логістичним менеджерам для прийняття рішень з організації забезпечення виробничих ділянок і складського господарства фірми необхідними матеріальними ресурсами. Типовий набір вихідних документів системи MRP I містить: специфіковані за номенклатурою, обсягом і часом вимоги на матеріальні ресурси, які замовляються у постачальників; зміни, які необхідно внести в виробничий розклад; схеми доставки матеріальних ресурсів, обсяг постачань і т.п.; анульовані вимоги на готову продукцію, матеріальні ресурси; стан системи MRP I.

Системи MRP I переважно використовуються у тих випадках, коли попит на вихідні матеріальні ресурси дуже залежить від попиту споживачів на кінцеву продукцію. Система MRP I може працювати з широкою номенклатурою матеріальних ресурсів (багатоасортиментними вихідними матеріальними потоками).

Хоча прихильники концепції «точно в термін» стверджують, і небезпідставно, що «тягнучі» мікрологістичні системи швидше і ефективніше реагують на зміни споживчого попиту, але є випадки, коли системи MRP I є більш ефективними. Це, зокрема справедливо для фірм з тривалими виробничими циклами і в умовах невизначеного попиту. У той же час застосування цих систем дає можливість фірмам досягати тих же цілей, що і за умови використання ЛТ-технології, зокрема досягати скорочення тривалості повного логістичного циклу та усунення надлишкових запасів, якщо час на прийняття рішень щодо управління виробничими операціями і закупівлі матеріальних ресурсів можна порівняти з періодичністю зміни попиту.

Перераховані вище недоліки і деякі обмеження застосування MRP I стимулювали розробку іншого покоління цих систем, які використовуються в США і Західної Європи з початку 1980-х років ХХ віку. Це покоління логістичних систем отримало назву «**системи MRP II**». Ці системи є інтегрованими мікрологістичних системами, в яких об'єднано фінансове планування і логістичні операції. В даний час вони розглядаються як ефективний інструмент планування для реалізації стратегічних цілей фірми в логістиці, маркетингу, виробництві та фінансах. Більшість західних фахівців розглядає системи MRP II як інструментарій, який використовується в плануванні та управлінні організаційними ресурсами фірми з метою досягнення мінімального рівня запасів в процесі контролю за всіма виробничими стадіями. Вони є ефективним інструментом внутрішньофірмового планування. Перевагою систем MRP II перед системами MRP I є більш повне задоволення споживчого попиту, яке досягається шляхом скорочення тривалості виробничих циклів, зменшення запасів, кращою організації поставок, швидкою реакцією на зміну попиту. Системи MRP II забезпечують значну гнучкість планування і сприяють зниженню логістичних витрат в управлінні запасами.

Система MRP I є складовою системи MRP II. Крім неї до складу системи MRP II входять: блок прогнозування та управління попитом, розрахунок виробничого графіку випуску готової продукції, розрахунок плану завантаження виробничих потужностей, блок розміщення замовлень і контролю закупівель матеріальних ресурсів та інші блоки. Важлива роль в системі MRP II відводиться алгоритмам прогнозування попиту, потреби в матеріальних ресурсах, рівня запасів. Додатково поряд з системою MRP I вирішується комплекс завдань контролю і регулювання рівня запасів матеріальних ресурсів, обсягу незавершеного виробництва і готової продукції на ПЕОМ. Для вирішення цих завдань проводиться підготовка, обробка та коригування інформації про надходження, наявність та переміщенні матеріальних ресурсів, облік запасів в розрізі кожної позиції номенклатури і номенклатурних груп, місць складського зберігання і т.п. До основних завдань управління запасами відносяться: вибір стратегії поповнення запасів, розрахунок критичних точок і точок замовлення, аналіз структури запасів за методом ABC, наднормативних запасів тощо.

Сучасна мікропроцесорна техніка і програмне забезпечення дозволили впровадити на практиці мікрологістичні системи, що ґрунтуються на схемі MRP II, в режимі реального часу, з щоденним оновленням баз даних, що значно підвищило ефективність планування та управління матеріальними потоками.

В останні роки в багатьох країнах були зроблені спроби створити комбіновані системи MRP II – KANBAN для взаємного усунення недоліків, притаманних кожній з цих систем. Зазвичай в таких комбінованих системах MRP II використовують для планування і прогнозування попиту, збуту і закупівель, а систему KANBAN – для

оперативного управління виробництвом. Деякі зарубіжні дослідники називають таку інтегровану мікрологістичних систем MRP III.

2. Система KANBAN.

Найбільш поширеною в світі серед мікрологістичних систем є концепція «just- in- time» –ЛТ («точно в строк»). Однією з перших спроб практичного впровадження цієї концепції стала розробка корпорацією Toyota Motor у 1972 р. на заводі «Така хама» (г. Нагоя, Японія) мікрологістичної системи KANBAN, що в перекладі з японської означає «карта». Система KANBAN є першою реалізацією «тягнутих» мікрологістичних систем у виробництві, на впровадження якої від початку розробки в фірмі Toyota пішло 10 років. Термін був таким тривалим, тому що система KANBAN не могла працювати без відповідного логістичного середовища концепції ЛТ. Основними елементами цього середовища стали: раціональна організація і збалансованість виробництва; тотальний контроль якості на всіх стадіях виробничого процесу і якості вихідних матеріальних ресурсів у постачальників; партнерство тільки з надійними постачальниками і перевізниками; підвищена професійна відповідальність всього персоналу. Перші спроби американських і європейських конкурентів автоматично перенести схему KANBAN у виробництво без урахування тих чи інших факторів логістичного середовища зазнали невдачі.

Мікрологістична система KANBAN є системою організації неперервного виробничого потоку, який здатний до швидкої перебудови і практично не вимагає страхового запасу. Сутність системи KANBAN полягає в тому, що всі виробничі підрозділи підприємства, включаючи лінії кінцевого складання, забезпечуються матеріальними ресурсами тільки в тій кількості і в такі терміни, які необхідні для виконання заданого підрозділом-споживачем замовлення. Тобто на відміну від традиційного підходу до виробництва, структурний підрозділ–виробник не має загального жорсткого графіка виробництва, а оптимізує свою роботу в рамках замовлення наступного у виробничо-технологічному циклі підрозділу фірми, що здійснює операції на наступній стадії виробничо-технологічного циклу. Специфікою такого планування є те, що вся диспетчеризація процесу побудована на горизонтальних зв'язках вздовж всього технологічного ланцюга, а не на піраміді, характерною для традиційних рішень.

Засобом передачі інформації в системі є спеціальна картка «kanban» в пластиковому конверті. Поширено два види карт: відбору і виробничого замовлення. У *карті відбору* вказується кількість деталей (компонентів, напівфабрикатів), яку необхідно взяти на попередній ділянці обробки (складання), у той час як у *карті виробничого замовлення* – кількість деталей, яку необхідно виготовити (скласти) на попередній виробничій ділянці. Картки виробничого замовлення і відбору виконують різнокольоровими, зазвичай чорно-білими. Ці картки циркулюють як всередині підприємств фірми Toyota, так і між корпорацією та компаніями-

співробітниками, а також на підприємствах філій. Таким чином, картки «kanban» несуть інформацію про кількість витраченої і виробленої продукції, що дає можливість реалізувати концепцію «точно в термін».

Практичне використання системи KANBAN, а пізніше її модифікованих версій, дозволило значно підвищити якість продукції, що випускається, знизити логістичний цикл, як наслідок значно підвищити оборотність оборотного капіталу фірм; знизити собівартість продукції; практично виключити страхові запаси і значно знизити обсяги незавершеного виробництва.

Аналіз світового досвіду використання системи KANBAN багатьма відомими машинобудівними фірмами показує, що вона дає можливість знизити виробничі запаси на 50%, запаси готової продукції – на 8% за умови значного прискорення оборотності оборотних коштів і підвищення якості готової продукції.

3. Система «Оптимізована виробнича технологія».

У США та інших країнах в 80-і роки почали широко використовувати систему організації виробництва ОВТ, в якій на якісно новому рівні отримали подальший розвиток ідеї, закладені в системах KANBAN і MRP. Система організації виробництва і постачання, яку назвали «Оптимізованою виробничою технологією» (Optimized Production Technology, OPT), розроблена ізраїльськими та американськими фахівцями і відома також як «ізраїльський KANBAN».

Ця система відноситься до класу тягнучих систем організації постачання і виробництва. Окремі західноєвропейські фахівці вважають, що ОВТ - це фактично комп'ютеризований варіант системи KANBAN з тією лише різницею, що вона запобігає виникненню вузьких місць (запаси сировини, матеріалів, машин і устаткування, технологічні процеси, персонал) в ланцюзі «постачання–виробництво–збут».

В системі ОВТ в автоматичному режимі вирішується ряд завдань оперативного і короткострокового управління виробництвом, в тому числі формування графіка виробництва на один день, тиждень. Під час формування оптимального графіка виробництва, використовують критерії забезпечення замовлень сировиною і матеріалами, ефективності використання ресурсів, мінімуму обігових коштів у запасах і гнучкості виробництва.

Для формування на ПЕОМ графіків з бази даних системи ОВТ використовується три масиви: замовлення; технологічні карти; ресурси. Дані файлу матеріалів і комплектуючих обробляються одночасно з даними файлу технологічних карт, в наслідок чого формується граф – технологічний маршрут. Цей технологічний маршрут обробляється за допомогою програмного модуля, який ідентифікує критичні ресурси. Як наслідок з'являється можливість оцінити інтенсивність використання ресурсів, ступінь їх завантаження і відповідно впорядкувати їх. На цьому етапі технологічний маршрут розгалужується. Гілка критичних ресурсів включає всі вузькі місця і подальші, пов'язані з ними, виробничі і збутові

операції. У програмно-математичному забезпеченні системи ОВТ є модуль, який здійснює обробку даних: для кожного виду передбаченої до випуску продукції; для кожного виду технологічного процесу. Після завершення цієї операції включається наступний програмний модуль, який за допомогою ітеративної процедури робить розрахунок завантаження кожного ресурсу та впорядкування цих ресурсів за ступенем їх використання. Потім наступний програмний модуль здійснює пошук критичних ресурсів у виробничій програмі. Далі один з модулів ОВТ за допомогою спеціального алгоритму оптимізує використання критичних ресурсів у виробничій системі. Після завершення цієї операції програма ранжує використання некритичних ресурсів. На цьому завершується перша ітерація. Після пошуку та виправлення помилок процес повторюється. В результаті машинного розрахунку друкуються машинограми «Графік виробництва», «Потреба в сировині і матеріалах», «Стан складського запасу» тощо.

Ефект системи ОВТ полягає у збільшенні виходу готової продукції, зниженні виробничих і транспортних витрат, зниженні обсягів незавершеного виробництва, скороченні виробничого циклу, зниженні потреби в складських і виробничих площах, підвищенні ритмічності відвантаження виготовленої продукції замовнику.

4. Система «Мізерне виробництво».

Останнім часом на багатьох західних фірмах в процесі організації виробництва і в оперативному менеджменті набула поширення логістична концепція «Мізерне виробництво» (Lean production LP).

Ця концепція є розвитком концепції «точно в термін» і містить такі елементи, як система KANBAN і «планування потреб/ресурсів».

Сутність внутрішньовиробничої логістичної концепції «мізерне виробництво» полягає в творчому об'єднанні наступних основних компонентів: високої якості; невеликого розміру виробничих партій; низького рівня запасів; висококваліфікованого персоналу; гнучких виробничих технологій.

Концепція «мізерне виробництво» отримало таку назву, тому що вимагає значно менше ресурсів, ніж масове виробництво (менше запасів, часу на виробництво одиниці продукції), спричиняє менші витрати через брак і т.д. Тобто ця концепція об'єднує в собі переваги масового (великі обсяги виробництва – низька собівартість) і дрібносерійного виробництва (розмаїтість продукції та гнучкість).

Основними цілями концепції «мізерне виробництво» в плані логістики є:

- впровадження високих стандартів якості продукції;
- досягнення низьких виробничих витрат;
- негайне реагування на зміну споживчого попиту;
- найшвидше переналагодження устаткування.

Основними елементами реалізації логістичних цілей в оперативному менеджменті під час використання цієї концепції є: зниження підготовчо-

заключного часу; невеликий розмір партій виготовленої продукції; незначна тривалість виробничого циклу; контроль якості всіх процесів; загальне продуктивне забезпечення (підтримка); партнерство з надійними постачальниками; еластичні потокові процеси; «тягнуча» інформаційна система.

Велика увага в концепції «мізерне виробництво» приділяють загальній виробничій підтримці для того, щоб забезпечити стан безперервної готовності технологічного устаткування, практично виключити можливість його відмови, поліпшити якість його технічного обслуговування і ремонту. Поряд із загальним контролем якості ефективна підтримка дає можливість до мінімуму скоротити запаси незавершеного виробництва (буферні запаси) між виробничо-технологічними ділянками. Велику роль в реалізації цих завдань відіграє підготовка персоналу середньої та нижчої ланок виробничого і логістичного менеджменту, який повинен: знати вихідні специфікації та вимоги підвідомчих виробничо-логістичних процесів і процедур; бути в змозі вимірювати результати роботи і контролювати логістичні операції, бути добре підготовленим і забезпеченим необхідними інструкціями; добре розуміти кінцеву мету управління.

Застосування в системі «мізерне виробництво» елементів систем KANBAN і «планування потреб/ресурсів» дозволяє істотно знизити рівень запасів і працювати практично з мінімальними страховими запасами без складування матеріальних ресурсів, чому сприяє співробітництво з надійними постачальниками.

Кінцевою метою такого партнерства є встановлення тривалих зв'язків з обмеженою кількістю надійних постачальників кожного виду матеріальних ресурсів. У концепції «мізерне виробництво» постачальники розглядаються як частина власної організації виробничої, маркетингової та логістичної діяльності, яка забезпечує виконання місії компанії. Такий підхід до постачальників, який практично не вимагає вхідного контролю матеріальних ресурсів, робить їх справжніми партнерами в бізнесі і сприяє інтегруванню постачання в логістичну стратегію фірми.

Постачальники матеріальних ресурсів повинні задовольняти таким основним вимогам фірми-виробника готової продукції:

- доставка матеріальних ресурсів повинна здійснюватися відповідно до технології JIT;
- матеріальні ресурси повинні відповідати всім вимогам стандартів якості;
- вхідний контроль матеріальних ресурсів необхідно виключити;
- ціни на матеріальні ресурси повинні бути якомога нижчими з розрахунком на тривалі господарські зв'язки в сфері поставок, але це не повинно негативно позначатися на якості матеріальних ресурсів і доставки їх споживачам;
- продавці матеріальних ресурсів повинні попередньо погоджувати зі споживачем проблеми і труднощі, які виникають в їх ділових відносинах;

– продавці повинні супроводжувати постачання матеріальних ресурсів документацією (сертифікатами), яка підтверджує контроль їх якості;

– продавці повинні допомагати покупцю в проведенні експертиз або адаптації технологій до нових модифікованим матеріальних ресурсів;

– матеріальні ресурси повинні супроводжуватися відповідними вхідними і вихідними специфікаціями.

В процесі виготовлення продукції та управління матеріальними потоками в системі «мізерне виробництво» зазвичай виділяють п'ять складових: трансформацію (матеріальні ресурси перетворюються в готову продукцію); інспекцію (контроль за кожним етапом виробничого циклу); транспортування (матеріальних ресурсів, запасів незавершеного виробництва і готової продукції); складування (матеріальних ресурсів, запасів незавершеного виробництва і готової продукції); затримки (у виробничому циклі). Логістичне управління цими компонентами необхідно направити на реалізацію цілей системи «мізерне виробництво». В цьому аспекті необхідними елементами є трансформація і транспортування; інспекції якості необхідно проводити якомога рідше (відповідно до концепції загального управління якістю), а елементи «складування» і «затримки» взагалі виключити. Іншими словами, необхідно виключити зайві операції, що є девізом «мізерного виробництва».

29 Характеристика розвитку техніко-технологічної бази [5]

Техніко-технологічна база підприємства є фундаментальною основою його технічного розвитку, який базується на загальновиробничих пріоритетних напрямках науково-технічного прогресу. Ці пріоритети полягають у наступному.

У сфері технологій – це:

1) перехід до малостадійним процесів через об'єднання в одному технологічному агрегаті кількох операцій, які раніше виконувалися окремо;

2) забезпечення в нових технологічних системах мало- або безвідходного виробництва;

3) підвищення рівня комплексності автоматизації виробництва на основі застосування систем машин і технологічних ліній;

4) використання в нових технологічних процесах мікроелектроніки, робототехнічних комплексів, що дає можливість досягти динамічнішої гнучкості виробництва;

5) управління технологічними процесами на базі їх комплексної автоматизації за допомогою комп'ютерної техніки.

У сфері техніки – це застосування багатоопераційних верстатів з числовим програмним управлінням, робототехнічних та роторно-конвеєрних комплексів, а також використання нових синтетичних, композиційних, керамічних, надчистих матеріалів із заданими властивостями.

Технічний розвиток підприємства відображає процес формування та вдосконалення техніко-технологічної бази підприємства та має постійно орієнтуватися на кінцевий результат виробничо-комерційної діяльності підприємства. Із сукупності форм технічного розвитку підприємства доцільно виділити, по-перше, підтримування техніко-технологічної бази підприємства (просте відтворення), по-друге, – безпосередній розвиток техніко-технологічної бази (розширене відтворення) з метою удосконалення і нарощування виробництва. До заходів, спрямованих на підтримку техніко-технологічної бази підприємства відносять: капітальний ремонт устаткування; заміну спрацьованого устаткування новим адекватного технічного рівня; технічне дооснащення підприємства. До заходів, спрямованих на розвиток техніко-технологічної бази підприємства відносять: модернізацію, технічне переозброєння, реконструкцію, розширення, нове будівництво.

Оцінювання техніко-технологічної бази проводиться інженерними службами підприємства з метою забезпечення її відповідності випуску кінцевої продукції в необхідній кількості і з запрограмованими параметрами якості. В процесі оцінки використовується певна система показників, які відображають ступінь технічної оснащеності праці персоналу, рівень прогресивності застосовуваних технологій, технічний рівень виробничого устаткування, рівень механізації і автоматизації основного і допоміжного виробництв. Найбільш загальні для всіх підприємств (незалежно від галузевої належності та видів діяльності) показники рівня розвитку техніко-технологічної бази підприємства представлені в табл. 1.

Таблиця 1 – Основні показники рівня розвитку техніко-технологічної бази підприємства

Ознаки групування показників	Показники
Ступінь технічної оснащеності праці	– фондоозброєність праці; – енергоозброєності праці
Рівень прогресивності технології	– структура технологічних процесів за трудомісткістю; – частка нових технологій за обсягом або трудомісткістю продукції; – середній вік застосовуваних технологічних процесів; – коефіцієнт використання сировини і матеріалів
Технічний рівень	– продуктивність (потужність);

устаткування	<ul style="list-style-type: none"> – надійність, довговічність; – середній термін експлуатації; – частка прогресивних видів устаткування в загальній кількості; – частка технічно та економічно застарілого устаткування в загальному парку
Рівень механізації та автоматизації виробництва	<ul style="list-style-type: none"> – ступінь охоплення працівників механізованим працею; – частка обсягу продукції, виготовлена за допомогою автоматизованих засобів праці

Для поглибленого аналітичного оцінювання рівня техніко-технологічного розвитку підприємства використовуються також інші показники (в тому числі ті, які характеризують галузеві особливості виробництва), а саме:

- механоозброєність праці (відношення середньорічної вартості машин та устаткування до кількості робітників у найбільшій зміні);
- коефіцієнт фізичного спрацювання устаткування;
- коефіцієнт технологічної оснащеності виробництва (кількість застосовуваних пристроїв, оснастки та інструментів у розрахунку на одну оригінальну деталь кінцевого виробу);
- рівень утилізації відходів виробництва;
- рівень забруднення природного середовища;
- частина екологічно чистої продукції.

Цілі та пріоритети технічного розвитку підприємства визначаються відповідно до загальної стратегії підприємства. Конкретні стратегічні напрямки технічного розвитку підприємства пов'язані з вирішенням наступних важливих проблем:

- кардинальне підвищення якості продукції, що виготовляється, забезпечення її конкурентоспроможності на світовому та національному ринках;
- розробка і широке впровадження ресурсозберігаючих (насамперед енергозберігаючих) технологій;
- максимально можливе зниження затрат ручної праці, поліпшення його умов і безпеки;
- здійснення всебічної екологізації виробництва к відповідності до сучасних вимог до охорони навколишнього середовища.

Розглянемо елементи типового плану (програми) технічного розвитку підприємства.

Розділ 1. Науково-дослідні та конструкторські роботи. Припускають дослідження і розробку власними силами з певної тематики з визначенням для кожної теми: мети дослідження (розробки); місця впровадження результатів; головного виконавця і співвиконавців; термінів початку і закінчення робіт; кошторисної вартості; очікуваних результатів.

Розділ 2. Створення, освоєння нових і підвищення якості тих видів продукції, що виготовляються. Передбачає створення і освоєння випуску нових видів продукції; організацію виробництва за ліцензіями або продукції, створеної іншими організаціями; розробку нових стандартів (технічних умов), складання карт технічного рівня; сертифікація продукції; зняття з виробництва застарілих видів продукції.

Розділ 3. Впровадження прогресивної технології, модернізація і автоматизація виробничих процесів. Включає розробку і використання нових технологій; застосування нових видів устаткування та інструменту; капітальний ремонт і модернізацію устаткування; механізацію ручної праці; автоматизацію виробництва і процесів управління.

Розділ 4. Зведені результати здійснення заходів технічного розвитку. За окремими напрямками технічного розвитку це можуть бути: зниження матеріальних витрат і собівартості товарної продукції; приріст виробничої потужності підприємства; відносне вивільнення працівників. Для всієї сукупності заходів – це загальні витрати і результати; динаміка основних техніко-економічних показників.

30 Фактори росту продуктивності праці

Підприємству необхідно підвищувати рівень використання персоналу, в першу чергу за рахунок підвищення продуктивності праці.

Продуктивність праці є одним з базових показників, що відображає реальну результативність функціонування персоналу підприємства. Це найголовніший відносний показник ефективності праці, який дає можливість зіставляти результати праці різних груп персоналу, зайнятого у виробничому процесі.

Кожне підприємство прагне до підвищення результативності праці працівників.

Під зростанням продуктивності праці розуміється економія витрат праці (робочого часу) на виготовлення одиниці продукції або додаткові обсяги виготовлення продукції в одиницю часу, безпосередньо впливає на підвищення ефективності виробництва, так як, в кінцевому рахунку підвищення продуктивності праці призводить до збільшення обсягу виробництва і економії на заробітній платі.

Загальна тенденція підвищення продуктивності праці проявляється в тому, що частка живої праці в продукті зменшується, а частка уречевленої праці (сировини, матеріалів) зростає, але таким чином, що загальна сума праці, що входить в одиницю, зменшується. На цьому базується закон зростання продуктивності праці, сутність якого полягає у виробництві максимуму продукції з мінімальними витратами живої праці. Прогресивною тенденцією цього закону є зростання продуктивності праці.

На рівень продуктивності праці впливає величина екстенсивного використання праці, інтенсивність праці, а також техніко-технологічний і організаційний рівень виробництва. Екстенсивна характеристика праці відбиває ступінь використання робочого часу. Чим повніше використовується робочий час, чим менше простоїв, непродуктивних витрат часу, тим тривалішим робоча зміна, тим вища продуктивність праці. Екстенсивна характеристика праці має видимі межі: законодавчо встановлена тривалість робочого дня і робочого тижня. Якщо протягом робочого дня, тривалість якого дорівнює законодавчо встановленій величині, робочий час повністю використовується на роботу, то це буде межа можливого екстенсивного використання праці.

Інтенсивність праці характеризує ступінь її напруженості в одиницю часу і вимірюється кількістю витраченої за цей час енергії людини. Чим вище інтенсивність праці, тим вище її продуктивність. Максимальний рівень інтенсивності визначається фізіологічними і психологічними можливостями людського організму, а це значить, що інтенсивність праці має психофізіологічні кордони і не може бути необмеженою.

Серед напрямків підвищення технічного рівня виробництва виділяють новітні засоби механізації та автоматизації виробництва, впровадження прогресивних технологічних процесів, підвищення рівня конструкторських властивостей виробів, підвищення якості сировини, матеріалів, впровадження нових джерел енергії.

Підвищення рівня організації виробництва і праці в сучасних умовах господарювання передбачає удосконалення існуючої та формування нової робочої сили, розширення зон обслуговування, скорочення кількості робочих, які не виконують норми праці, запобігання плинності кадрів, спрощення структури управління, комп'ютеризацію облікових і обчислювальних робіт, підвищення рівня спеціалізації.

Створення і розвиток гідної з точки зору робочого соціальної інфраструктури. Вона покликана вирішувати фінансові проблеми, питання своєчасної оплати праці і багато інших питань, спрямованих на задоволення потреб підприємств, трудових колективів і їх сімей.

Всього на рівень продуктивності праці робітника підприємства можуть впливати наступні показники:

1) конкуренція, яка впливає на продуктивність шляхом прагнення кожного підприємства до поліпшення своїх позицій на ринку;

2) нововведення, техніка і технологія. На відміну від традиційно розглянутого фактору росту продуктивності праці, в даному випадку враховується необхідність підвищення конкурентоспроможності підприємства і використання більш кваліфікованого персоналу;

3) організація праці і управління, до якої відноситься широкий діапазон питань – від фізичного розміщення індивідуального робочого місця до способу зв'язку підприємства із зовнішнім середовищем. Сюди ж відноситься і підвищення самостійності та відповідальності кожного працівника;

4) умови і охорона праці. Безпека і охорона праці безпосередньо впливають на організацію праці, використання робочого часу, підвищення кваліфікації та професійне зростання працівників;

5) кваліфікація. Професіоналізм працівників є в сучасних умовах ключовим фактором використання високотехнологічного устаткування та багато в чому визначає успіх підприємства;

6) якість. Підвищення якості праці та відповідно якості продукції дає можливість збільшувати обсяги роботи, частку ринку підприємства, тим самим сприяючи зниженню експлуатаційних витрат і підвищенню продуктивності;

7) соціальне партнерство. Підвищення продуктивності підприємства залежить як від окремого керівника, так і від всього трудового колективу як однієї єдиної команди, об'єднаної однією метою;

8) економічне зростання. Стан продуктивності кожного окремого підприємства залежить від економічної ситуації в світі, країні, регіоні, у зв'язку з чим організація діяльності кожного підприємства повинна бути інтегрованою в єдину економічну систему;

9) рівень життя. Рівень життя впливає на працездатність співробітників, розкриття їх здібностей і талантів, в кінцевому підсумку позначається на зростанні продуктивності всього підприємства.

У вітчизняній і зарубіжній практиці існує безліч різних класифікацій факторів зростання продуктивності праці.

Слід враховувати відмінності в змісті понять факторів і резервів зростання продуктивності праці.

Фактори зростання продуктивності праці – це об'єктивні умови, що визначають можливість підвищення продуктивності праці.

Поняття резервів зростання продуктивності праці пов'язане зі ступенем використання тих можливостей, які створюються в результаті дії основних факторів зростання продуктивності праці при даних природних, матеріальних і суспільних умовах. Резерви – це невикористані можливості підвищення продуктивності праці при даному рівні розвитку продуктивних сил. Кількісно їх можна визначити як різницю між досягнутим і максимально можливим рівнем продуктивності праці за певний проміжок часу.

Величезна кількість факторів, що впливають на зростання продуктивності праці персоналу, прийнято класифікувати за рядом ознак. Залежно від середовища по відношенню до підприємства, розрізняють зовнішні і внутрішні чинники. Серед зовнішніх факторів стосовно до системи продуктивності праці виділяється чотири групи чинників:

1) політико-правові (форми власності, концепції законодавчих актів Державного управління і регулювання);

2) економічні (стан ринків праці, капіталу, товарів, рівень і темпи інфляції, рівень конкуренції);

3) технологічні (технічні стандарти, розвиток технологій в області бізнес-процесів);

4) соціальні (соціальні погляди і цінності, економічні норми і соціальні стандарти, рівень життя населення).

У подальшій класифікації факторів зовнішнього середовища їх групують за напрямками впливу:

1) фактори прямого впливу (стан економіки, податкове навантаження, ставки кредитів, ціна робочої сили, рівень конкуренції, стандарти безпеки);

2) фактори непрямой дії (соціокультурні).

Серед внутрішніх чинників виділяють:

1. Виробничі фактори пов'язані з ростом технічної озброєності праці і економією матеріальних ресурсів. Це використання нової техніки, впровадження у виробництво принципово нових технологій, нових видів сировини і матеріалів. Матеріально-технічні фактори найбільш важливі тому, що забезпечують економію уречевленої праці.

2. Організаційні фактори пов'язані з організацією виробництва, праці та управління. Це масштаби бізнесу, організаційно-правова форма підприємства, форма власності, фінансові можливості підприємства, організаційна культура, організаційна структура виробництва, інформаційне забезпечення виробничих, організаційних, управлінських процесів, організація робочих місць, умови праці, підходи до управління виробництвом. Наявність недоліків в організації відбивається в основному на використанні робочого часу і через цей екстенсивний показник впливає на продуктивність праці.

3. Фактори компетенції працівників визначаються якістю трудових колективів, їх соціально-демографічним складом, рівнем підготовки, трудової активності, стилем керівництва, професійними знаннями, орієнтацією на результат, рівнем самоорганізації, вимогами трудової, технологічної, екологічної безпеки у професійній діяльності, професійним досвідом. Окремою складовою виступає матеріальна і моральна зацікавленість працівників в результатах праці.

Крім того, можна виділити поодинокі фактори впливу на продуктивність праці. Серед них природно-кліматичні фактори для окремих галузей економіки, наприклад, будівельна. Політичні та законодавчі фактори, які регулюють процеси оподаткування, інвестування, ліцензування, митного регулювання, фактор власності.

Угруповання напрямків поліпшення діяльності підприємства щодо підвищення рівня продуктивності праці може бути зосереджено на наступних складових:

1. Операційне поліпшення роботи підприємства. До цього напрямку належать:

– зростання продуктивного завантаження персоналу;

– підвищення обсягів виробництва через зниження втрат робочого часу і скорочення виробничого циклу;

– підвищення завантаження устаткування за рахунок оптимального планування балансу етапів виробничих процесів і скорочення часу зупинок устаткування для ремонту.

2. Організаційне поліпшення:

– приведення оргструктури цілям і задачам розвитку підприємства;
– мотивація персоналу всіх рівнів в прив'язці до досягнення цілей діяльності підприємства;

– підвищення ефективності внутрішніх комунікацій і збору інформації для прийняття рішень;

– оптимізація системи підпорядкування (рівня ієрархії, норм управління), ефективний розподіл завдань, сфер повноважень і відповідальності.

3. Інтелектуальне поліпшення:

- інвестиційне поліпшення;
- модернізація обладнання;
- нові технології і матеріали;
- НДДКР.

У діяльності підприємства важливо не тільки відслідковувати фактори, які можуть підвищити ефективність виробництва, а й постійно моніторити в першу чергу умови технічної підготовки виробництва. Йдеться про проробку конструкторських розробок на технологічність (пошук шляхів зниження матеріаломісткості продукції) і безперервний пошук найбільш раціональних технологій виготовлення продукції.

31 Кадрова політика та система управління персоналом [5]

Головна мета кадрової політики підприємства – забезпечення кожного робочого місця, кожної посади персоналом відповідних професій та спеціальностей і належної кваліфікації.

Досягнення кінцевої мети кадрової політики суб'єкта господарювання має передбачати виконання таких основних функцій:

– розроблення і корекція стратегії формування та використання трудового потенціалу відповідно до змін в умовах господарювання;

– набір і формування необхідних категорій персоналу (відбір, професійна орієнтація, наймання, адаптація);

– підготовка персоналу до відповідної професійної діяльності (виробничо-технічне учнівство, загальна професійна підготовка, підвищення кваліфікації, просування по службі);

– оцінювання персоналу (контроль відповідності персоналу конкретним потребам виробництва чи іншої сфери діяльності, аналіз ділових якостей працівників, висунення на певну посаду, службове переміщення);

- мотивація дотримання належного режиму трудової діяльності та високої продуктивності праці;
- постійний моніторинг безпеки праці;
- забезпечення соціальної захищеності персоналу підприємства (фірми, корпорації);
- реалізація постійних контактів між керівництвом (керівниками всіх рівнів) і представниками трудових колективів (профспілок).

Ці та деякі інші функції реалізуються службами персоналу (відділами кадрів) у тісній співпраці як з генеральною дирекцією (наприклад, питання загальної стратегії або висування на посади), так і відповідними структурними підрозділами підприємства, які беруть участь в розробці і реалізації кадрової політики.

Результативність (ефективність) господарювання на підприємстві в значній (якщо не у вирішальній) мірі залежить від якості чинної системи управління персоналом.

Під системою управління розуміють багатопланову діяльність відповідних відділів (служб) підприємства, галузевих органів та органів центрально виконавчої влади; вона охоплює ряд функціональних підсистем.

До **функціональних підсистем управління персоналом** підприємства відносять.

Умови праці: виконання умов психофізіології, ергономіки та технічної естетики праці; охорона праці і техніка безпеки; охорона навколишнього середовища.

Трудові відносини: аналіз і регулювання групових і особистих взаємин; відносин керівництва; управління конфліктними ситуаціями; соціально-психологічна діагностика; взаємодія керівників із профспілками.

Оформлення та облік кадрів: оформлення та облік прийому, звільнення та переведення; інформаційне забезпечення; професійна орієнтація; забезпечення зайнятості.

Маркетинг, прогнозування і планування персоналу: розробка стратегії управління персоналом; аналіз ринку праці; прогнозування потреби; зв'язок із зовнішніми джерелами забезпечення; оцінка персоналу.

Розвиток трудового потенціалу: техніко-економічне забезпечення; підвищення кваліфікації; робота з кадровим резервом; планування ділової кар'єри; адаптація нових працівників.

Стимулювання праці: нормування і тарифікація праці; розробка системи оплати та морального заохочення праці; застосування форм участі в прибутку та капіталі; управління трудовою мотивацією.

Надання юридичних послуг: рішення правових питань трудових відносин; правове регулювання господарської діяльності; узгодження розпорядчих документів з управління персоналом.

Створення необхідної соціальної інфраструктури: організація громадського харчування, управління житлово-побутовим

обслуговуванням; забезпечення належних умов охорони здоров'я та відпочинку.

Вибір і застосування організаційних структур управління: аналіз наявної і проектування найбільш прийнятною для цього підприємства організаційної структури управління; розробка штатного розкладу.

Набір персоналу може здійснюватися через зовнішні і внутрішні джерела набору. До зовнішніх джерел набору персоналу відносяться ті, які забезпечують поповнення персоналу через:

- державні бюро з працевлаштування, регіональні біржі праці;
- комерційні (у тому числі міжнародні) підприємства та організації з працевлаштування;
- систему контактів підприємства з вищими, середніми спеціальними та професійно-технічними навчальними закладами;
- оголошення в пресі, на радіо, телебаченні, афішах тощо.

Слід врахувати, що такий набір персоналу може стати причиною великих помилок і даром витраченого часу і коштів. Тому підприємства все частіше використовують внутрішні джерела набору, а саме:

- підготовку працівників через учнівство на підприємстві;
- просування по службі своїх працівників (можливо з перепідготовкою), що вимагає менших витрат, створює кращий моральний клімат на підприємстві;
- пряме звернення до своїх працівників з проханням рекомендувати на роботу їхніх друзів та знайомих;
- регулярне інформування всього колективу працівників про наявні вакансії.

Недоліком такого підходу є фактичне обмеження припливу нових людей з можливими інноваційними поглядами на процес управління певною сферою діяльності, які могли б бути дуже корисними.

Важливим аспектом набору персоналу є взаємодія підприємств з навчальними закладами в плані підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації. Важливість такої взаємодії впливає з того, що воно забезпечує ефективне рішення не тільки чисто практичного завдання – забезпечення сучасного виробництва кваліфікованою робочою силою, але сприяє більшій зайнятості працездатного населення, пом'якшує викликане безробіттям соціальне напруження в суспільстві.

ЗАВДАННЯ

Які з наведених джерел набору персоналу відносяться до внутрішніх, а які до зовнішніх.

1. Підготовка працівників через учнівство на підприємстві;
2. Державні бюро з працевлаштування;

3. Регулярне інформування всього колективу працівників про наявні вакансії;
4. Регіональні біржі праці;
5. Просування по службі своїх працівників;
6. Комерційні організації з працевлаштування;
7. Система контактів підприємства з вищими, середніми спеціальними та професійно-технічними навчальними закладами;
8. Оголошення в пресі, на радіо, телебаченні, афішах тощо.
9. Пряме звернення до своїх працівників з проханням рекомендувати на роботу їхніх друзів та знайомих;

Внутрішні джерела набору персоналу	Зовнішні джерела набору персоналу

32 Мотивація трудової діяльності [5]

Система мотивації характеризує сукупність взаємопов'язаних заходів, які стимулюють окремого працівника або трудовий колектив у цілому до досягнення індивідуальних і спільних цілей діяльності підприємства.

Для формування належного ставлення до праці необхідно створити такі умови, щоб персонал сприймав свою працю як свідому діяльність, яка є джерелом самовдосконалення, основою професійного та кар'єрного росту. Система мотивації повинна розвивати почуття належності до конкретного підприємства. Відповідне ставлення до праці та свідоме поведінка визначаються системою цінностей працівника, умовами праці та застосовуваними стимулами.

Мотивація повинна сприйматися як імовірнісний процес: то, що мотивує одного працівника в конкретній ситуації, не впливає на нього в іншій ситуації або не впливає на іншого працівника в аналогічних умовах. Саме цим і пояснюється необхідність конструювання багатофакторних моделей мотивації, в яких мотивація є функцією потреб, очікувань і сприйняття працівником справедливої винагороди.

До потреб відносяться: фізіологічні; безпеки і захищеності; соціальні; повага; самовираження.

До очікувань відносяться:

- очікування щодо співвідношення витрат праці та результатів;
- очікування щодо співвідношення результатів і винагороди;
- передбачувана ступінь відносного задоволення від отриманої винагороди.

Елементи справедливості:

- суб'єктивне визначення співвідношення винагороди та витрат праці;
- порівняння особистої винагороди із заохоченням інших працівників, що виконують аналогічну роботу;
- зняття соціальної напруги через дотримання принципу справедливості (за наявності дисбалансу).

До факторів, що зумовлюють поведінку працівників, і які необхідно враховувати в практиці мотивації його трудової діяльності, відносяться перш за все такі: фізичний тип особистості (вік, стать тощо), рівень самосвідомості та освіченості, професійна підготовка, психологічний клімат в колективі, вплив зовнішнього середовища.

У колективній психології формування дієвої системи мотивації спирається на постійний аналіз і вдосконалення відносин між: роботодавцями та найманими працівниками; керівниками і їх підлеглими; конкуруючими робочими групами.

Система мотивації на рівні підприємства має базуватися на певних вимогах, а саме:

- надання однакових можливостей щодо зайнятості та просування по критерієм результативності праці;
- узгодження рівня оплати праці з його результатами і визначення особистого вкладу в загальний результат. Це передбачає справедливий розподіл доходів залежно від ступеня підвищення продуктивності праці;
- створення належних умов для захисту здоров'я, безпеки праці та добробуту всіх працівників;
- забезпечення можливостей до зростання професійної майстерності, реалізації здібностей працівників, тобто створення програм навчання, підвищення кваліфікації та перекваліфікації;
- підтримання в колективі атмосфери довіри, зацікавленості в реалізації загальної мети, можливості двосторонньої комунікації між керівниками та працівниками.

Методи мотивації можна розділити на економічні (прямі і непрямі) і негрошові методи.

До економічних (прямим) методів належать: відрядна заробітна плата; почасова оплата; премії за раціоналізацію; участь в прибутку; оплата навчання; виплати за максимальне використання робочого часу.

До економічних (непрямим) відносять: пільгове харчування; доплати за стаж; пільгове користування житлом, транспортом.

До непрямих методів відносять: збагачення праці, гнучкі робочі графіки; охорона праці; програми підвищення якості праці; підвищення по службі; участь в ухваленні рішень на вищому рівні.

У теорії мотивації слово «винагорода» має ширше значення, ніж просто матеріальне заохочення або задоволення, з яким це слово найчастіше асоціюється. **Винагорода** – це все те, що людина вважає цінним для себе. Але розуміння цінностей у людей неоднаково, тому різною є оцінка винагороди та її відносного рівня. Персоналізація

(індивідуальна або групова) форм і методів винагороди є фундаментом дієвості будь-якої моделі мотивації, а матеріальні потреби домінуватимуть ще досить довго.

Одночасно слід зауважити, що тільки заробітна плата не може бути єдиною метою трудової діяльності. Матеріальне заохочення робить мотивацію праці результативною лише за умови функціонування мотивації як системи, що базується на наступних принципах:

- комунікація, співробітництво та згода між працівниками та адміністрацією щодо загальних принципів системи мотивації;
- обґрунтована система оцінювання робіт і визначення їх обсягу;
- професійно осмислені і обґрунтовані критерії виміру та оцінки результатів праці; зважені нормативи, контроль за ними і періодичний перегляд; чітке узгодження заохочення з результативністю діяльності; винагороди, особливо додаткові, які, перш за все, пов'язані з якістю.

Такі принципи закладені в основі організації оплати праці на підприємстві.

33 Державна політика оплати праці [5]

Державна політика оплати праці реалізується через механізм її регулювання. Механізм реалізації державного регулювання в області *оплати праці* встановлюється через:

- мінімальну заробітну плату;
- інші державні норми і гарантії щодо оплати праці (за роботу в надурочний час, святкові та вихідні дні і за час виконання державних обов'язків тощо);
- умови визначення частини доходу, спрямованого на оплату праці;
- міжгалузеві співвідношення в оплаті праці;
- умови і розміри оплати праці в бюджетних організаціях та установах;
- максимальні розміри посадових окладів керівників державних підприємств;
- рівень оподаткування підприємств і доходів працівників.

Механізм реалізації державного регулювання в галузі *соціального захисту* встановлюється через:

- бюджетне фінансування освіти, культури, установ охорони здоров'я і фізичної культури (надання послуг на базовому рівні);
- участь в фондах соціального страхування (пенсійного, медичної допомоги, допомоги на випадок безробіття);
- обмежені дотації цін на товари (послуги), що знаходяться під державним контролем;
- введення допомоги сім'ям із низькими доходами;

- застосування різних форм компенсації підвищення цін (для найбільш вразливих верств населення);
- забезпечення функціонування дієвої системи працевлаштування та допомоги по безробіттю.

Політика оплати праці підприємств, організацій та інших суб'єктів господарювання формується і реалізується в рамках чинного законодавства, перш за все, Закону України «Про оплату праці». Конкретна реалізація політики заробітної плати здійснюється на основі договірної регулювання оплати праці найманих працівників підприємств, тобто шляхом укладення системи тарифних угод на трьох рівнях:

- міжгалузевому (генеральна тарифна угода);
- галузевому (галузева тарифна угода) або комунальному рівні (регіональна тарифна угода);
- виробничому (тарифна угода як частина колективного договору).

Тарифна угода – це договір між представниками сторін переговорів з питань оплати праці та соціальних гарантій.

Предметом тарифної угоди як складової частини колективного договору на виробничому рівні є:

- форми і системи оплати праці, що застосовуються для різних категорій та груп працівників;
- мінімальна тарифна ставка, диференційована за видами (типами) виробництва в рамках рівнів, передбачених генеральною тарифною угодою для відповідного виду (типу) виробництв галузі (підгалузі);
- розміри тарифних ставок за розрядами робіт і посадових окладів відповідних категорій працівників;
- види і розміри доплат, надбавок, премій та інших заохочувальних та компенсаційних виплат і умови їх надання;
- умови оплати праці за роботу в надурочний час, за простої, які мали місце не з вини працівника, за виготовлення продукції, яка виявилася бракованою не з вини працівника.

34 Система управління витратами [5]

Величина витрат визначає ефективність операційної діяльності підприємства, в тому числі й виробничої, і суттєво впливає на його конкурентоспроможність. Тому витрачати ресурси треба економно, тобто необхідно управляти ними.

Управління витратами – це процес цілеспрямованого формування витрат за їх видами, місцем і носіями при постійному контролі рівня і стимулювання зниження. Управління витратами є важливою функцією внутрішнього економічного механізму будь-якого підприємства. Формування витрат за видами показує, які витрати і відповідно ресурси необхідні для виконання певної роботи та здійснення операційної

діяльності в цілому, за місцем – дозволяє організувати систему відповідальності за рівень витрат, за носіям – дає можливість визначати витрати на окремі види робіт та вироби.

У загальному вигляді система управління витратами має два аспекти: функціональний і організаційний. Первинним є функціональний аспект управління витратами.

Функціональна система управління витратами підприємства включає наступні підсистеми (блоки):

Оптимізація використання ресурсів і подальше нормування витрат здійснюється в процесі розробки виробів і технології їх виготовлення, тобто під час конструкторської та технологічної підготовки виробництва, обґрунтування методів його організації. Це творчий інженерний процес, в якому використовується функціонально-вартісний аналіз та інші методи мінімізації витрат. Норми розробляються на базі вибраної конструкції виробу і технології його виготовлення.

Планування витрат необхідно для обґрунтування управлінських рішень і визначення очікуваних результатів роботи – прибутку. Планові витрати виражаються передусім такими показниками, як кошториси (бюджети) і собівартість продукції, в тому числі їх окремих видів (калькуляції). Вони розраховуються для центрів відповідальності (підрозділів), в яких здійснюється певний вид операційної діяльності, і по підприємству в цілому.

Облік витрат встановлює їх фактичну величину після здійснення запланованої роботи (виготовлення продукції). Розрахунок фактичних витрат є фіксацією того їх рівня, який був сформований відповідно до фактичних обсягів виробництва, діючих цін і можливих відхилень від норм.

Контроль і аналіз витрат необхідні для розуміння їх раціональності, відповідності фактичних витрат плановим. Відхилення аналізуються, і розробляються заходи щодо дотримання режиму економії.

Стимулювання раціонального використання ресурсів є важливим фактором в системі управління витратами, розробки проєктів, управлінських рішень, їх виконавці повинні бути матеріально зацікавлені в економії факторів виробництва: удосконалення конструкцій виробів, технологій виробництва, його організації тощо. Такий інтерес реалізується через преміювання за раціоналізацію, економію сировини і матеріалів тощо.

Організаційний аспект управління витратами полягає в їх диференціації за місцем формування і центрам відповідальності і раціональній побудові органів управління витратами. Організаційна структура управління витратами залежить від специфіки підприємства і перш за все від його величини. На великих і середніх за величиною підприємствах окремі функції управління витратами виконують функціональні підрозділи (відділ нормування, планово-економічний відділ, бухгалтерія, відділ контролінгу тощо), на малих підприємствах вся ця робота може виконуватися декількома працівниками або навіть одним фахівцем (бухгалтером-економістом).

В системі управління витратами важливе значення має встановлення місць витрат і організація центрів відповідальності за їх рівнем.

Місце витрат – це сегмент їх формування.

Первинним місцем витрат є робоче місце, де безпосередньо використовуються і витрачаються ресурси в процесі виконання роботи (операції). Разом з тим місцем витрат може бути і більш інтегрована структура як сукупність організаційно об'єднаних робочих місць (дільниці, відділення тощо). Місця витрат відповідно до їх специфіки забезпечуються певними ресурсами (матеріали, напівфабрикати, енергія, інструмент, праця) і таким чином формуються внутрішньовиробничі матеріальні потоки.

Для управління витратами місця витрат організуються в центри відповідальності. **Центр відповідальності** – це місце витрат або організаційна єдність кількох місць, за якими контролюються витрати і встановлена відповідальність за їх рівнем. Тобто для центру відповідальності встановлюється плановий (нормативний) рівень витрат на обсяг роботи (виробництва) в певному календарному періоді, організовується облік витрат (оперативний, бухгалтерський) і періодично оцінюється додержання центром відповідальності встановлених планових витрат, причин відхилень фактичних витрат від нормативних. Результати такого оцінювання враховуються в системі матеріального стимулювання.

Центри відповідальності організаційно являють собою підрозділи підприємства, створені за ознаками: функціональною (відділ маркетингу, матеріально-технічного забезпечення, управління якістю і т.п.), предметною (виробництво продукту А, виробництво продукту Б та ін.), територіальною (підрозділи, розміщені в територіально відокремлених місцях).

В ефективній роботі центрів відповідальності, особливо виробничих, велику роль відіграє організація системи обліку і контролю витрат. На місцях витрат має відстежуватися рух матеріальних цінностей (матеріалів, напівфабрикатів), повинен бути налагоджений облік електроенергії, води, газу та інших ресурсів.

35 Загальна характеристика фінансової діяльності підприємства (організації) [5]

Функціонування підприємства супроводжується безперервним кругообігом коштів, який здійснюється у вигляді витрат ресурсів і одержання доходу. При цьому визначаються джерела коштів, напрямки та форми фінансування, оптимізується структура капіталу, проводяться розрахунки з постачальниками матеріально-технічних і фінансових ресурсів, покупцями продукції, державними органами, персоналом підприємства тощо.

Всі ці грошові відносини становлять *зміст фінансової діяльності підприємства*.

Основними завданнями фінансової діяльності є:

- вибір оптимальних форм фінансування та ресурсне забезпечення;
- оптимізація структури капіталу підприємства за обсягами і напрямками його використання з метою забезпечення стабільно високої прибутковості;
- збалансування за обсягами і часу надходження і витрачання коштів;
- забезпечення належної фінансової стійкості і ліквідності підприємства;
- дотримання платіжної дисципліни.

Одним з **найголовніших завдань** фінансової діяльності підприємства є забезпечення належного фінансування господарювання підприємства (організації).

Фінансова діяльність на підприємстві здійснюється спеціальним відділом, який в більшості випадків є самостійним структурним підрозділом підприємства. На невеликих підприємствах фінансовий відділ може бути об'єднаний з відділом збуту (фінансово-збутовий відділ) або з бухгалтерією (бухгалтерсько-фінансовий відділ). До складу фінансового відділу можуть входити начальник відділу і його заступник, економіст, касир, касир-інкасатор. Працівники фінансового відділу відповідають за велике коло робіт, пов'язаних з фінансовим, кредитним і касовим плануванням руху грошових потоків, оперативним управлінням реалізації цих планів і оцінюванням отриманих результатів.

Розглянемо джерела фінансування діяльності підприємства.

Джерела фінансування ділять на внутрішні і зовнішні. *Внутрішнє фінансування* здійснюється за рахунок коштів, отриманих від діяльності самого підприємства: прибуток, амортизаційні відрахування, виручка від продажів або здача майна в оренду. При *зовнішньому фінансуванні* використовуються кошти, не пов'язані з діяльністю підприємства: внески власників у статутний капітал (безпосередньо або у формі купівлі акцій), кредит, зобов'язання боржників, державні субсидії тощо.

Слід також розрізняти фінансування за рахунок власних і позикових коштів. До позикових засобів відносяться ті, які слід повертати, тобто кредити, позики або інші боргові зобов'язання. Інша частина коштів є власним капіталом. При цьому кожна фірма, яка намагається ефективно господарювати, об'єктивно повинна забезпечувати оптимальне (економічно доцільне) співвідношення власного і позикового капіталу.

Важливою формою фінансування є **кредит** – платне надання коштів або інших цінностей в борг на певний час. Залучення кредитних коштів розширює фінансові можливості підприємства, однак одночасно створює ризик, пов'язаний з необхідністю повернення боргів у майбутньому і сплати відсотків за користування позиковими засобами. У практиці господарювання має місце чимало різновидів кредиту: банківський,

державний, товарний, податковий, лізинговий. Підприємство також залучає позикові кошти шляхом емісії власних зобов'язань (облігацій, векселів), через утворення кредиторської заборгованості, отримання позик тощо.

Товарний кредит - це короткостроковий кредит, який одне підприємство надає іншому в товарній формі через відстрочку платежу за поставлену продукцію, надані послуги (кредит постачальника). За товарний кредит боржник може оформляти своє зобов'язання у вигляді векселя – документа, який надає право його власнику одержати зазначену у векселі суму в установлений термін. Товарний кредит застосовується переважно як засіб розширення сфери ринку та збільшення обсягів продажів продукції.

Спеціальною формою короткострокового кредиту є **оренда**, а довгостроковою – **лізинг**. Ці форми фінансування є договірними і здійснюються на платній основі. Орендодавець надає в розпорядження орендаря належне йому майно на обумовлений термін за прийнятною для обох сторін орендну плату. Лізинг же, як правило, є опосередкованою орендою довгострокового характеру, за якої потенційний орендар завчасно доручає потенційному орендодавцю (лізинговій компанії) придбати у товаровиробника певний об'єкт (частіше машини та обладнання) для подальшої здачі його в оренду. Після завершення терміну оренди її об'єкти (залежно від умов договору) або повертаються лізингодавцю, або орендуються на новий термін або ж купуються лізинговласник.

Фінансова діяльність підприємства повинна будуватися на основі її планування. В рамках перспективного планування фінансової діяльності підприємства повинна розроблятися фінансова стратегія підприємства і прогнозуватися фінансова діяльність. Розробка фінансової стратегії є особливим завданням фінансового планування, тому що вона є важливою складовою загальної стратегії економічного розвитку підприємства. Вона повинна бути узгоджена з цілями і напрямками, визначеними загальною стратегією діяльності підприємства. Однак фінансова стратегія сама здійснює істотний вплив на формування загальної стратегії економічного розвитку підприємства. Це здійснюється через зміну ситуації на фінансовому ринку, що обумовлює, як правило, коригування фінансової та загальної стратегії розвитку підприємства. В цілому фінансова стратегія є особливим видом результату практичної діяльності персоналу – фінансової роботи, яка полягає в розробці стратегічних фінансових рішень (у вигляді прогнозів, проєктів, програм і планів), які передбачають обґрунтування таких цілей і стратегій фінансової діяльності підприємства, реалізація яких забезпечує його ефективне функціонування у довгостроковій перспективі; швидку адаптацію до мінливих умов зовнішнього середовища. Перспективне фінансове планування також передбачає оцінку фінансових результатів діяльності підприємства, рух грошових коштів, аналіз балансу підприємства з горизонтом прогнозу не менше 3–5 років.

Система *поточного планування* фінансової діяльності підприємства ґрунтується на розробці фінансової стратегії і фінансової політики за окремими аспектами фінансової діяльності. Цей вид планування характеризується розробкою конкретних видів фінансових планів, які дають можливість підприємству визначити на поточний період (рік, півроку, квартал) джерела фінансування його розвитку, сформувані структуру його доходів і витрат, забезпечити фінансову стійкість, ліквідність і платоспроможність, а також визначити структуру активів і капіталу фірми на кінець планового періоду. За результатами поточного фінансового планування розробляються три основних документа: план руху грошових коштів; план звіту про фінансові результати, план бухгалтерського балансу.

Оперативне планування доповнює поточне і використовується з метою контролю за надходженням доходів на розрахунковий рахунок та витрачання наявних фінансових ресурсів. На підприємстві фінансове планування має будуватися на основі власних коштів. Для здійснення оперативного планування фінансової діяльності розробляються комплекси короткострокових планових завдань з фінансового забезпечення основних напрямів господарської діяльності підприємства. Оперативне фінансове планування передбачає складання і використання платіжного календаря, касового плану і розрахунку потреби в короткострокових кредитах.

При складанні платіжного календаря необхідно відстежувати процес виробництва і реалізації, стан запасів, дебіторську заборгованість з метою запобігання невиконання фінансового плану. Платіжний календар складається на квартал з розбивкою по місяцям і декадам. У цьому документі має бути збалансовано надходження і витрачання грошових коштів. Правильно складений платіжний календар дозволяє виявити фінансові помилки і таким чином уникнути фінансових труднощів. Для складання фінансового календаря необхідно мати таку інформаційну базу:

- план реалізації продукції (послуг);
- кошторис витрат на виробництво;
- план реальних і фінансових інвестицій;
- виписки з рахунків підприємства і додатки до них;
- договори;
- внутрішні накази і розпорядження;
- графік виплати зарплати;
- рахунки-фактури;
- встановлені терміни платежів за фінансовими зобов'язаннями.

Ознакою погіршення фінансового стану підприємства є перевищення запланованих витрат над очікуваними надходженнями, що означає недостатність власних можливостей для покриття. В цьому випадку необхідно перенести частину витрат на наступний період, прискорити відвантаження і реалізацію продукції, а також вжити заходів до пошуку додаткових джерел фінансування.

Як правило, надлишок коштів свідчить про фінансову стійкість і платоспроможність підприємства.

Разом з платіжним календарем складається **податковий календар**, в якому вказують, коли і які податки відповідно до законодавства має виплачувати підприємство, що дає можливість уникати порушення термінів і санкцій. Для деталізації картини можна розробляти платіжні календарі за окремими видами руху грошових коштів. Наприклад, платіжний календар за розрахунками з постачальниками, платіжний календар з обслуговування боргу та ін. Також можливий варіант формування касового плану або плану обороту готівкових коштів, який відображає надходження і виплати готівки.

36 Оцінювання ефективності інвестицій на основі концепції управління вартістю (VBM) [5]

Однією з цілей інвестиційної діяльності на підприємстві є збільшення його ринкової вартості. Тому як результат ефективності реального інвестування доцільно розглядати зростання ринкової вартості підприємства. Цей аспект проблеми досліджується в рамках концепції управління вартістю (VBM).

Управління, орієнтоване на створення вартості (VBM), – це концепція менеджменту, спрямована на якісне поліпшення стратегічних і оперативних рішень на всіх рівнях підприємства за рахунок концентрації зусиль осіб, які приймають рішення, щодо центральних факторів вартості. Цільовою функцією управління в рамках концепції VBM є максимізація вартості підприємства. Вартість підприємства визначається здатністю інвестиційного капіталу генерувати грошові потоки, а нова вартість створюється лише тоді, коли підприємство отримує таку віддачу від інвестованого капіталу, яка перевищує його вартість.

Одним з основних етапів побудови системи VBM є визначення ключових факторів вартості, тобто таких параметрів діяльності, які визначають вартість підприємства. Як уже зазначалося, тенденцією останніх років є те, що інтелектуальний капітал стає основою оцінювання ринкової вартості підприємства. Отже, в процесі визначення ключових факторів вартості слід враховувати не тільки традиційні параметри, такі як величина і вартість капіталу, доходи, які можуть бути виражені в формі прибутку або грошового потоку, а й параметри, що впливають на інтелектуальний капітал підприємства, який забезпечує більшу частину вартості компанії. Зручним інструментом, що дозволяє оцінити розвиток і досягнення поставлених цілей в усіх аспектах діяльності підприємства, є система збалансованих показників (BSC).

Система збалансованих показників (BSC) – це система стратегічного управління і оцінювання її ефективності, яка перетворює

місію і загальну стратегію підприємства в систему чітко поставлених цілей, завдань, а також показників, які визначають ступінь досягнення цих установок. Система BSC включає показники, які характеризують чотири аспекти (проекції) діяльності підприємства – *ринок, внутрішні процеси, освіта і зростання, фінанси*.

В рамках проекції *маркетингу* керівники визначають ключові сегменти ринку, на яких підприємство має намір зосередити свої зусилля щодо просування і реалізації своєї продукції. Це є першим кроком побудови інфраструктури цієї складової системи. Як правило, основними показниками ефективності в цій проекції є: ступінь задоволення споживачів, утримання клієнтів, залучення нових клієнтів, прибутковість клієнтів, частка ринку в цільових сегментах тощо. У цю проекцію обов'язково включаються показники, які визначають цінність пропозиції з боку підприємства, що, в свою чергу, визначає лояльність клієнта до розповсюджувача або послуги. Наприклад, важливими для клієнта можуть бути швидкість поставки і час реагування на отримане замовлення. Тому в цьому аспекті крім усього іншого описується інтелектуальний капітал через формалізацію таких категорій, як лояльність клієнтів і цінність пропозиції.

Проекція *внутрішніх бізнес-процесів* описує структурну частину інтелектуального капіталу на основі ідентифікації внутрішніх бізнес-процесів, які підлягають удосконаленню і розвитку з метою зміцнення конкурентних переваг. Для кожного бізнес-процесу повинен бути визначений відповідний показник, який характеризує ефективність бізнес-процесу. Ефективність процесу є одним з основних параметрів, які визначають створення цінності для покупців, що в свою чергу відбивається на вартості інтелектуального капіталу, і, відповідно, на вартості підприємства.

Проекція *утворення і зростання* визначає інфраструктуру, яку підприємство повинно побудувати, для того, щоб забезпечити розвиток в довгостроковій перспективі, що безпосередньо пов'язано з ростом і підвищенням якісних характеристик інтелектуального капіталу. Ріст і розвиток підприємства є результатом синергії трьох головних чинників: людських ресурсів, систем і організаційних процедур. У проекції освіти і зростання основними показниками ефективності можуть бути: задоволення співробітників; утримання працівників; їх вміння і навички; можливість швидко отримувати інформацію для прийняття управлінських рішень, генерування ініціативи, ефективність функціонування інформаційної системи.

Аналіз *фінансового аспекту* діяльності підприємства є найбільш важливим, а, як уже зазначалося, цільовою функцією підприємства в рамках концепції VBM є максимізація його вартості. Тому дерево показників (драйверів) в рамках фінансової перспективи як вищого рівня ієрархії повинно містити показник, який відображає процес створення вартості. До таких показників відноситься *економічна додана вартість*

(EVA). Нижні рівні ієрархії дерева показників повинні включати різні фінансові параметри, які впливають на доходи, величину і вартість капіталу, тобто ті, що впливають на EVA.

Концепція економічної доданої вартості (EVA) – це результат еволюційного розвитку парадигми визначення інтегрованих оціночних показників ефективності бізнесу. У вітчизняній економічній літературі цей підхід не розглядається. Таку ситуацію можна пояснити тим, що EVA – важливий фінансовий показник – відносно недавно (на початку 90-х років ХХ століття) почав активно використовуватися лідируючими компаніями зі світовим ім'ям. Концепція EVA була розроблена і зареєстрована компанією Stern Stewart & Co, хоча основні її положення були закладені ще в теорії економічного доходу Альфреда Маршала.

Концепція управління на основі EVA з'явилася як результат розвитку концепції управління на основі вартості. Показник EVA став послідовником таких показників, як рентабельність інвестицій (ROE) і рентабельність робочого капіталу (ROCE). В основу цієї концепції покладено наступні принципи:

- власник інвестує капітал для отримання доходу;
- компанія створена для отримання доходів;
- діяльність персоналу компанії націлена на збільшення акціонерної вартості за рахунок впровадження системи мотивації.

Економічна додана вартість розраховується за формулою:

$$EVA = P - R \cdot WACC, \quad (1)$$

де P – чистий прибуток;

K – величина івестованого капіталу;

$WACC$ – середньозважена вартість інвестиційного капіталу.

$$WACC = \sum_{i=1}^n k_i \cdot w_i, \quad (2)$$

тут w_i – частка i -го елемента капіталу в загальній його величині;

k_i – вартість i -го елемента капіталу.

Показник EVA використовується для оцінки ефективності інвестиційної діяльності підприємства з позицій його власників, на думку яких, діяльність підприємства має для них корисний ефект в тому випадку, якщо підприємство зробило більше, ніж становить дохідність альтернативних вкладень. Цим можна пояснити той факт, що в процесі розрахунку EVA з суми прибутку віднімається не тільки плата за користування позикового капіталу, а й за користування власним капіталом. Тому можна стверджувати, що такий підхід в більшій мірі є економічним, ніж бухгалтерський.

Дослідження, зроблені в 90-х роках ХХ століття, свідчать про те, що EVA забезпечує отримання більш корисної інформації про цінності фінансово-економічних операцій, ніж обліковий інструментарій

визначення ефективності інвестиційної діяльності підприємства, такий як бухгалтерський прибуток, рентабельність капіталу, темпи зростання прибутку в розрахунку на одну акцію (EPS). Показник EVA дозволяє відповісти на питання інвесторів підприємства: яке значення коефіцієнта фінансування і який обсяг капіталу необхідно мати для отримання певної величини прибутку?

Отже, сутність концепції EVA проявляється в тому, що цей показник відображає додавання вартості до ринкової вартості підприємства і оцінювання ефективності діяльності підприємства через визначення того, як це підприємство сприймається ринком.

Ринкову вартість підприємства на основі концепції EVA можна розрахувати за формулою

$$\begin{aligned} \text{Ринкова вартість підприємства} \\ = \text{балансова вартість чистих активів} \\ + \text{EVA майбутніх періодів, яка зведена до теперішнього часу} \end{aligned} \quad (3)$$

З такої залежності між ринковою вартістю підприємства і значеннями EVA випливає, що підприємство повинно планувати майбутні значення EVA для направлення дій власників на інвестування коштів. Очікування майбутніх значень EVA здійснює істотний вплив на зростання ціни акцій підприємства. Якщо очікування будуть спірними, ціна акцій буде коливатися, і в короткостроковій перспективі буде не можливо провести чітку залежність між значенням EVA і ціною акцій підприємства. Тому планування прибутку, структури і вартості капіталу є першочерговим завданням менеджменту підприємства. Чим вище професійний рівень керівників підприємства, тим вище значення показника EVA і точність планування. Саме цим можна пояснити той факт, що на великих західних підприємствах величина EVA є основою для преміювання менеджерів, які стають більш зацікавленими в зростанні прибутку та вартості підприємства, тобто EVA є базою системи мотивації. Концепція економічної доданої вартості часто використовується західними компаніями як більш досконалий інструмент ефективності діяльності підприємств, ніж чистий прибуток. Такий вибір пояснюється тим, що EVA оцінює не тільки кінцевий результат, а й те, якою ціною цей результат був отриманий (тобто який обсяг капіталу і за якою ціною був використаний).

Отже, якщо підвести підсумок всього вищезазначеного, можна визначити такі сфери використання показника економічної доданої вартості:

– EVA є інструментом, що дозволяє визначити фактичну величину економічного прибутку підприємства в результаті інвестиційної діяльності, а також керувати ним з позицій власника;

– за допомогою показника EVA можна визначити напрями впливу на підвищення прибутковості інвестованого капіталу;

– підвищення прибутковості на основі показника EVA здійснюється в основному не за рахунок мінімізації вартості інвестованого капіталу, а за рахунок підвищення ефективності його функціонування;

– EVA відображає альтернативний підхід до концепції прибутковості (перехід від розрахунку рентабельності інвестованого капіталу (ROI), яка вимірюється у відсотках, до обчислення економічної доданої вартості (EVA), що має грошові одиниці виміру.

Проведений аналіз розвитку концепції економічної доданої вартості дозволяє висунути аргументи на користь рекомендації показника EVA як критерію оптимізації структури інвестованого капіталу і одночасно як показника, що характеризує ефективність його функціонування:

1) показник EVA враховує величину доходів, які генерує інвестований капітал в процесі його функціонування;

2) розрахунок EVA базується на фактичній прибутковості компанії, сфери бізнесу або проекту;

3) в процесі визначення EVA враховується показник вартості інвестованого капіталу підприємства, на який, в свою чергу, впливає структура використаного капіталу і вартість його залучення з різних джерел;

4) на основі показника EVA можна визначити сфери бізнесу (інвестиційні проекти, види продукції), рентабельність яких є меншою, ніж вартість інвестованого капіталу, і тим самим розробити заходи, спрямовані на підвищення ефективності управління активами.

Таким чином, концепцію економічної доданої вартості можна визначити як:

– дієвий механізм управління ефективністю інвестиційної діяльності, який органічно поєднує інвестиційну стратегію з тактикою, дозволяє виявити ключові компетенції, ефективно мотивує персонал, балансує інтереси інвесторів;

– аналітико-фінансову динамічну модель підприємства, яка адекватно описує умови ринкового простору. Ця модель враховує упущену вигоду як неявний компонент витрат, який неможливо визначити на основі даних бухгалтерської звітності;

– інтегрований оціночний показник ефективності інвестиційної діяльності підприємства.

37 Особливості портфельного інвестування на підприємстві

На сучасному етапі економічного розвитку інвестиційна активність індивідуальних інвесторів та юридичних осіб передбачає вкладення надлишків (тимчасово вільних) коштів не в один, а в велику кількість інвестиційних об'єктів, генеруючи тим самим певну диверсифіковану їх сукупність. Цей метод отримав назву «портфельне інвестування».

Інвестиційний портфель є цілеспрямовано сформованою сукупністю фінансових інструментів, призначених для здійснення фінансового інвестування відповідно з розробленою інвестиційною політикою.

Портфельне інвестування може мати наступні види:

1. Кредитний портфель. Суб'єктами цього інвестування можуть бути: комерційні, інвестиційні, іпотечні банки, банки розвитку.

2. Портфель цінних паперів. Суб'єктами інвестування виступають: небанківська система, інститути спільного інвестування, страхові компанії, пенсійні фонди, довірчі товариства, кредитні спілки.

3. Портфель реальних проєктів. Суб'єктами інвестування виступають: підприємства, акціонерні та інші товариства, корпорації, холдинги, асоціації.

Для переважної більшості підприємств єдиним видом фінансових інструментів виступають цінні папери, для цих підприємств поняття «інвестиційний портфель» ототожнюється з поняттям «фондовий портфель» (або «портфель цінних паперів»).

Головною метою формування інвестиційного портфеля є забезпечення реалізації основних напрямів політики фінансового інвестування підприємства шляхом підбору найбільш дохідних і забезпечених фінансових інструментів. На основі сформульованої головної мети формується система конкретних локальних цілей формування інвестиційного портфеля, основними з яких є:

– забезпечення високого рівня формування інвестиційного доходу в поточному періоді;

– забезпечення високих темпів приросту інвестиційного капіталу в довгостроковій перспективі;

– забезпечення мінімізації рівня інвестиційних ризиків, пов'язаних з фінансовим інвестуванням;

– забезпечення необхідної ліквідності інвестиційного портфеля;

– забезпечення максимального ефекту «податкового щита» в процесі фінансового інвестування.

Вкладаючи гроші, інвестор розподіляє їх між різними видами цінних паперів, тобто формує свій портфель цінних паперів. Таким чином, **портфель цінних паперів** є цілеспрямовано сформованою сукупністю об'єктів фінансового інвестування різних видів, призначених для здійснення інвестиційної діяльності в певному періоді відповідно до розробленої інвестиційної стратегією інвестора. Тобто вкладення інвестора в цінні папери, якими він управляє як єдиним цілим, розглядаються як портфель цінних паперів.

Розглянемо класифікацію інвестиційних портфелів.

1. В залежності від мети інвестування інвестиційний портфель може бути портфелем:

– отримання доходу;

– збереження капіталу;

- приросту капіталу;
 - забезпечення резервів;
 - ліквідний;
 - розширення сфери впливу;
 - приватизаційний;
 - спекулятивний.
2. За типом інвестиційний портфель може бути:
- прибутковий;
 - зростання;
 - венчурний;
 - збалансований;
 - гарантійний;
 - незбалансований;
 - вимагає диверсифікації.
3. За видом інвестиційний портфель може бути:
- цінних паперів;
 - реальних інвестицій;
 - депозитний;
 - іпотечний;
 - позиковий;
 - валютний;
 - комбінований;
 - іноземних інвестицій.
4. За рівнем ризику інвестиційний портфель може бути:
- позаринкових;
 - з мінімальним ризиком;
 - із середнім ризиком;
 - високоризиковий;
 - авантюрний.
5. За тривалістю інвестиційний портфель може бути:
- короткостроковий;
 - середньостроковий;
 - довгостроковий.
6. За спеціалізацією інвестиційний портфель може бути:
- галузевої;
 - регіональної;
 - іноземних інвестицій;
 - в масштабах країни;
 - муніципальний.
7. За рівнем управління інвестиційний портфель може бути:
- фінансовий;
 - з пасивним управлінням;
 - із середнім рівнем контролю;
 - вимагає щоденного контролю.
8. Стосовно балансу інвестиційний портфель може бути:

- активів;
- пасивів;
- небалансових активів.

Відмінність пріоритетних цілей портфельів цінних паперів, що формуються інвестором, видів цінних паперів, придбаних відповідно до цих цілей, а також інші цілі визначають різноманітність варіантів спрямованості і складу портфельів різних інвесторів.

Розглянемо основні типи портфельів цінних паперів:

1. За метою інвестування: дохід (дохідний портфель); контроль, поширення впливу (спеціалізований портфель).
2. За типом інвестора: інституційний; індивідуальний.
3. За рівнем ризикованості: агресивний, середньоризикований, консервативний, безсистемний.
4. За відповідністю портфеля цілям інвестора: збалансований, незбалансований, розбалансований.
5. За типом доходу: портфель зростання (орієнтований на капітальний дохід); портфель доходу (орієнтований на дивідендний і / або процентний дохід); портфель зростання і доходу (подвійного призначення).
6. За складом портфеля: комбінований портфель, спеціалізований портфель.
7. За менеджментом портфеля: фіксований (пайовий), гнучкий (активний, мінливий, керований).
8. За рівнем різноманітності: недиференційований, диференційований, широко диференційований.
9. За рівнем ліквідності: портфель високоліквідних фінансових активів; портфель середньоліквідних фінансових активів; портфель слаболіквідних фінансових активів.

Будь-який інвестиційний портфель формується за принципами, що впливають з інвестиційної стратегії. Основними вважаються такі принципи:

- відповідність складу портфеля інвестиційній стратегії компанії;
- забезпечення реалізації загальної інвестиційної стратегії емітента;
- забезпечення відповідності тактичних цілей портфеля можливостями залучення інвестиційних ресурсів;
- обов'язкове оцінювання всіх можливих варіантів для кожного проєкту; обмеженість проєктів ресурсними можливостями;
- забезпечення прийнятних для компанії співвідношень між основними цілями: дохідністю, зростанням капіталу, мінімізацією ризику та ліквідністю;
- колегіальність (для компанії) у прийнятті рішень про склад портфеля;
- забезпечення керованості портфелем, можливість систематично стежити за змінами на інвестиційному ринку і здійснювати необхідне реінвестування коштів (моніторинг).

Процес формування портфеля цінних паперів передбачає п'ять етапів:

- 1) формулювання інвестиційних цілей (пріоритетів);
- 2) формування інвестиційної політики;
- 3) вибір портфельної стратегії;
- 4) вибір активів і аналіз інвестиційних рішень;
- 5) оцінювання ефективності інвестицій.

Диверсифікація фінансових інструментів інвестування дає можливість знизити рівень несистематичного (специфічного) ризику портфеля, а отже, і загальний рівень портфельного ризику. Чим більша кількість фінансових інструментів, включених в портфель, тим нижче буде портфельний ризик. За критеріями західних фахівців мінімальним вимогам диверсифікованого портфеля відповідає включення в нього не менше 10–12 фінансових (фондових) інструментів. В умовах нерозвиненого (існуючого в нашій країні) фондового ринку цей критерій може бути трохи нижчим.

38 Державне регулювання інноваційної діяльності підприємства

В Україні інноваційну діяльність регулюють такі законодавчі акти: Закон України «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків» (1999 р.), «Концепція науково-технологічного та інноваційного розвитку України» (1999 р.), «Про інноваційну діяльність» (2002 р.), «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» (2003 р.) та ін.

Розробкою і реалізацією інноваційної політики на загальнонаціональному рівні займається Державне агентство з інвестицій та інновацій України.

Головною метою державної інноваційної політики є створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного розвитку і використання науково-технічного потенціалу України, забезпечення впровадження сучасних екологічно чистих, безпечних, енерго- та ресурсозберігаючих технологій, виробництва та реалізації нових видів конкурентоспроможної продукції.

Основними принципами державної інноваційної політики є:

- орієнтація на інноваційний шлях розвитку економіки України та визначення державних пріоритетів інноваційного розвитку;
- формування нормативно-правової бази в сфері інноваційної діяльності;
- створення умов для забезпечення, розвитку і використання вітчизняного науково-технічного та інноваційного потенціалу;
- забезпечення взаємодії науки, освіти, виробництва, фінансово-кредитної сфери у розвитку інноваційної діяльності;

- ефективне використання ринкових механізмів для сприяння інноваційній діяльності, підтримка підприємництва у науково-виробничій сфері;
- здійснення заходів щодо підтримки міжнародної науково-технологічної кооперації, трансферу технологій, захисту вітчизняної продукції на внутрішньому ринку та їх просування на зовнішній ринок;
- фінансова підтримка, здійснення сприятливої кредитної, податкової і митної політики у сфері інноваційної діяльності;
- сприяння розвитку інноваційної інфраструктури та інформаційного забезпечення суб'єктів інноваційної діяльності;
- підготовка кадрів у сфері інноваційної діяльності.

Об'єктами інноваційної діяльності є:

- інноваційні програми і проекти;
- нові знання та інтелектуальні продукти;
- виробниче обладнання та процеси;
- інфраструктура виробництва і підприємництва;
- організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якості виробництва і (або) соціальної сфери;
- сировинні ресурси, засоби їх видобування і переробки;
- механізми формування споживчого ринку і збуту товарної продукції.

Суб'єктами інноваційної діяльності є фізичні та (або) юридичні особи України, фізичні і (або) юридичні особи іноземних держав, особи без громадянства, об'єднання цих осіб, які проводять в Україні інноваційну діяльність і (або) залучають майнові та інтелектуальні цінності, вкладають власні чи позикові кошти в реалізацію в Україні інноваційних проєктів.

В даний час в процесі проведення в Україні реформ значного занепаду отримали сфери науки і наукомістких виробництв. І тому, що науково-технічна політика держави так і не була сформована, стався регрес науково-технічного потенціалу промисловості та інших галузей економіки. З точки зору дефіциту бюджетів всіх рівнів і того, що фінансування наукової діяльності вимагає довгострокових інвестицій і, в той же час, є сферою високого ризику. В останні роки інвестиції в науково-інноваційну сферу в Україні зменшилися.

Проблемна ситуація з розвитком освіти і науки негативно вплинула на інноваційну діяльність промислових підприємств. В даний час частка інноваційної продукції в загальному обсязі промислового виробництва в Україні становить менше 7%.

У структурі загальних витрат підприємств витрати на проведення науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт припадає лише близько 8%, тобто втричі менше, ніж у 1990 р. Якщо в 1990 р. на 100 тис. осіб населення в Україні реєструвалося близько 35 винаходів, то сьогодні – близько 9. Причиною цього можна назвати дуже високу ціну патентування винаходів, внаслідок чого не кожна інноваційна структура здатна оплатити вартість цієї процедури.

Таким чином, технологічна і виробнича структура економіки України стає все менш ефективною і все більш відстає від найбільш розвинених країн. На неї продовжують впливати дестабілізуючі фактори, які стримують інноваційну діяльність підприємств. До основних з них слід віднести: нестабільну правову базу; недосконалу кредитно-фінансову політику; неефективну амортизаційну політику; нерозвиненість інформаційної мережі з проблем патентування винаходів на міжнародному ринку інновацій; недосконалу систему підготовки кадрів для інноваційної підприємницької діяльності; брак наукових кадрів вищої кваліфікації; наявність тіньового ринку винаходів тощо.

Однією з найбільш важливих функцій держави має бути створення сприятливих умов для інноваційної діяльності. З цією метою повинні використовуватися такі заходи економічної та інноваційної політики: істотне збільшення бюджетного фінансування науки та інноваційного розвитку, принаймні до 1,7% ВВП, як це передбачено законом; застосування системи адресних податкових пільг, націлених на постійне нарощування обсягу наукових витрат у великих підприємницьких структурах і залучення малого і середнього підприємництва до інноваційної діяльності в сфері нових технологій; пільгове кредитування науково-технічних розробок і часткове фінансування великих проєктів на конкурсній основі; надання на пільгових умовах державного майна, а при необхідності і земельних ділянок.

В Україні визначено такі стратегічні напрямки інноваційної діяльності: модернізація електростанцій; нові джерела енергії; нові ресурсозберігаючі технології; машинобудування та приладобудування як основа високотехнологічного оновлення всіх галузей виробництва; розвиток високоякісної металургії; нанотехнології, мікроелектроніка, інформаційні технології, телекомунікації; удосконалення хімічних технологій, створення нових матеріалів; розвиток біотехнологій; високотехнологічний розвиток сільського господарства і переробної промисловості; транспортні системи; будівництво та реконструкція; охорона і оздоровлення людини та навколишнього середовища, розвиток інноваційної культури суспільства.

Узагальнена інформація про хід реалізації пріоритетних напрямів інноваційного розвитку України щорічно подається Кабінетом Міністрів України до Верховної Ради України і містить в тому числі такі показники:

- частка витрат на інноваційну діяльність у загальному обсязі витрат на виробництво продукції (виконання робіт, надання послуг);
- частка витрат на виконання завдань програм та державного замовлення з пріоритетних напрямів інноваційної діяльності в загальному обсязі витрат на інноваційну діяльність;
- частка інноваційних капіталовкладень у загальному обсязі інвестицій на виробництво продукції (виконання робіт, надання послуг);

- частка капіталовкладень на виконання завдань програм з пріоритетних напрямів інноваційної діяльності та державного замовлення у загальному обсязі інноваційних інвестицій;
- частка освоєних у процесі виконання завдань програм та державного замовлення з пріоритетних напрямів інноваційної діяльності і поставлених на ринок найменувань інноваційної продукції в загальній чисельності найменувань інноваційної продукції;
- частка інноваційної продукції (робіт, послуг) у загальному обсязі реалізованої продукції (робіт, послуг);
- частка принципово нової продукції (робіт, послуг) у загальному обсязі реалізованої інноваційної продукції (робіт, послуг).

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. **Бойчик, І. М.** Економіка підприємства : підручник / І. М. Бойчик. – К. : Вид-во «Кондор», 2016. – 378 с. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/12571/1/ЕП-ПІДРУЧНИК.файл.pdf>.
2. **Гетьман, О. О.** Економіка підприємства : навчальний посібник / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал. – К. : ЦНЛ, 2010. – 488 с.
3. Економіка виробничого підприємництва : навчальний посібник / за заг. ред. Й. М. Петровича. – К. : Знання, 2008. – 580 с.
4. Економіка підприємства : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти / Н. Ю. Рекова, Є. О. Підгора, В. В. Ровенська, В. С. Рижиков, О. В. Латишева, І. Ю. Єрфорт, Т. П. Гітіс, І. І. Смирнова, С. В. Касьянюк. – Краматорськ : ДДМА, 2021. – 248 с. URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Ekonomika%20pidpriemstva_Pidgora_2%20\(2\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/kafedry/ep/metod-k/Ekonomika%20pidpriemstva_Pidgora_2%20(2).pdf).
5. Економіка підприємства : підручник / за заг. та наук. ред. Г. О. Швиданенко. – К. : КНЕУ, 2009. – 816 с.
6. **Іванова, О. А.** Економіка сучасного підприємства : навч. посіб. / О. А. Іванова, Є. Ф. Пеліхова, О. М. Сумець. – Харків : Вид-во НУА, 2017. – 312 с. URL: <http://dspace.nua.kharkov.ua/jspui/handle/123456789/1718>.
7. **Кузнєцова, Т. В.** Економіка підприємства : навч. посіб. / Т. В. Кузнєцова, О. М. Гарнага, О. Ю. Лесняк, В. Д. Шебуня / за заг. ред. Т. В. Кузнєцовой. – Рівне : НУВГП, 2013. – 343 с. URL: <http://ep3.nuwm.edu.ua/6165>.
8. **Лойко, В. В.** Економіка підприємства : навч. посібник / В. В. Лойко, Т. П. Макаровська. – К. : КНУТД, 2015. – 267 с. URL: <http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/22363>.
9. **Рижиков, В. С.** Економіка підприємства : навч. посібник / В. С. Рижиков, В. А. Панков, В. В. Ровенська, Є. О. Підгора. – К. : Слово, 2004. – 272 с.
10. **Чорна, М. В.** Економіка підприємства : конспект лекцій для здобувачів вищої освіти за спеціальністю 051 «Економіка», ступінь підготовки бакалавр, для денної та заочної форм навчання / М. В. Чорна, Т. Б. Кушнір, П. В. Смирнова, Р. М. Бугріменко, О. В. Михайлова. – Харків : ХДУХТ, 2017. – 200 с. URL: <http://elib.hduht.edu.ua/handle/123456789/2350>.
11. **Чорна, М. В.** Економіка підприємства : конспект лекцій (слайд-курс) / М. В. Чорна, Т. Б. Кушнір, О. В. Михайлова. – Харків : ХДУХТ, 2016. – 367 с. URL: <http://elib.hduht.edu.ua/handle/123456789/975>.

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Конспект лекцій

Укладачі: ПІДГОРА Єлизавета Олександрівна,
ГІТІС Тетяна Павлівна,
КАСЬЯНЮК Сергій Володимирович.

За авторською редакцією

68/2024. Формат 60 x 84/8. Ум. друк. арк. 32,84.
Обл.-вид. арк. 25,68. Тираж пр. Зам. № .

Видавець і виготівник
Донбаська державна машинобудівна академія.
84313, м. Краматорськ, вул. Академічна, 72.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК №1633 від 24.12.2003