МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ІНЖЕНЕРНИЙ НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ІМ. Ю.М. ПОТЕБНІ
ЗАПОРІЗЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Н. Г. Метеленко
В. О. Оглобліна
В. В. Глущевський
І. О. Клопов

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Конспект лекцій
для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності 051 “Економіка”
освітньо-професійної програми “Інформаційна економіка”
денної та заочної форм здобуття освіти

Затверджено
вченою радою ЗНУ
протокол № 12 від 01.07.2025 р.

Запоріжжя
2025

УДК 338.45 (075.8)
Е457
Метеленко Н. Г., Оглобліна В. О., Глущевський В. В., Клопов І. О. Економіка підприємства : конспект лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності 051 “Економіка” освітньо-професійної програми “Інформаційна економіка” денної та заочної форм здобуття освіти. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2025. 158 с.

Конспект лекцій підготовлено відповідно до силабусу навчальної дисципліни “Економіка підприємства”.

Подано зміст лекційних занять, до кожної теми наведено перелік контрольних питань і тестових завдань для самоконтролю, що забезпечує більш повне засвоєння навчального матеріалу. Визначення основних термінів і понять навчальної дисципліни розкрито в термінологічному словнику.

У виданні висвітлено систему спеціальних економічних знань з теорії та практики господарювання, в області прогнозування і планування економічних параметрів функціонування на мікрорівні, визначення пріоритетних напрямків розвитку та оцінювання ефективності діяльності підприємства; запропоновано комплекс різноманітних аналітичних матеріалів та схем.

Конспект лекцій призначений для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності 051 “Економіка” освітньо-професійної програми “Інформаційна економіка”.

Рецензент
В. В. Храпкіна - доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу та управління бізнесом Національного університету “Києво-Могилянська академія” (Київ).

Відповідальний за випуск
Шапуров О. О., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри інформаційної економіки, підприємництва та фінансів Інженерного навчально-наукового інституту ім. Ю.М. Потебні ЗНУ.

ЗМІСТ

ВСТУП…….	4
ТЕМА 1. Економічні основи функціонування підприємства ……	6
ТЕМА 2. Управління функціональними видами діяльності підприємства …….	16
ТЕМА 3. Ринок і продукція …….……	29
ТЕМА 4. Основний капітал підприємства ……	45
ТЕМА 5. Оборотний капітал підприємства …….……	58
ТЕМА 6. Персонал підприємства, продуктивність і оплата праці…….	70
ТЕМА 7. Витрати на виробництво та реалізацію продукції ……	82
ТЕМА 8. Товарна і цінова політика підприємства ……	107
ТЕМА 9. Фінансово-економічні результати діяльності підприємства …	114
ТЕМА 10. Планування та прогнозування діяльності підприємства ……	128
ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК……	138
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА…….	154
ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА……...	155

ВСТУП

Економіка підприємства вже давно вийшла за межі її сприйняття виключно у контексті виявлення конкретних форм прояву законів і закономірностей функціонування та розвитку національного виробництва у господарській діяльності підприємства. Першочерговим завданням длясучасного підприємця (окрім отримання прибутку) є створення новації, яка відкриє нові ринки, нові можливості, нові перспективи для підприємства. Для її поширення визначальними є розвиток компетентності персоналу, доступ до джерел інвестування, вміння створювати та примножувати активи, співставляти ресурсні можливості з поставленими цілями, формувати економічно безпечне середовище для функціонування підприємства. Тому розвиток ринкових економічних відносин вимагає від фахівця-економіста не лише пізнавати й усвідомлювати закономірності розвитку ринку та поведінку підприємницьких структур на ньому, але й приймати самостійні рішення, визначені його інтегральними, фаховими та загальними компетентностями.

Метою викладання навчальної дисципліни "Економіка підприємства" є формування у студентів сучасного економічного мислення і системи спеціальних економічних знань з теорії та практики господарювання, в області прогнозування і планування економічних параметрів функціонування на мікрорівні, визначення пріоритетних напрямків розвитку та оцінювання ефективності діяльності підприємства.

Основними завданнями дисципліни "Економіка підприємства" є:

– здобуття ґрунтовних знань з основних розділів прикладної економіки;

– набуття вмінь, спрямованих на отримання заздалегідь окреслених результатів господарювання шляхом ефективного використання трудових, матеріальних, нематеріальних, фінансових та інвестиційних ресурсів підприємства;

– застосування практичних навичок у прийнятті науково обґрунтованих управлінських рішень в умовах ринкової економіки.

У результаті вивчення курсу здобувач повинен:

Знати:

– основи теорії підприємств;

– систему факторів функціонування і розвитку підприємства;

– закономірності функціонування підприємства з позицій ресурсного забезпечення та результативності діяльності;

– фактори та умови розвитку підприємства;

– закономірності виробничих процесів;

– особливості реалізації економічних відносин;

– законодавчо-нормативну базу функціонування підприємства;

– методи оцінки витрат і результатів господарської діяльності;

– способи мотиваційного впливу, що забезпечують ефективне господарювання.

Вміти:

- визначати базові категорії та систему показників діяльності підприємства;
- проводити аналіз діяльності підприємства;
- використовувати методи та прийоми здійснення необхідних розрахунків;
- застосовувати техніку обґрунтування рішень;
- визначати способи реалізації мотиваційного впливу;
- створювати та примножувати активи;
- співставляти ресурсні можливості з поставленими цілями;
- формувати економічно безпечне середовище для функціонування підприємства.

Подано зміст лекційних занять, до кожної теми наведено перелік контрольних питань і тестові завдання для самоконтролю, що забезпечують більш повне засвоєння навчального матеріалу. Визначення основних термінів і понять навчальної дисципліни розкрито в термінологічному словнику.

Конспект лекцій призначено для допомоги бакалаврам у процесі вивчення закономірностей розвитку ринку та поведінки підприємницьких структур на ньому, становлення підприємства в контексті сучасного його бачення як відкритої системи, проблемного характеру функціонування та розвитку підприємства в сучасних умовах господарювання.

ТЕМА 1. ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

План

1. Поняття економіки підприємства.
2. Об'єкт вивчення економіки підприємства.
3. Місія та цілі підприємства.
4. Класифікація підприємств.
5. Класифікація об’єднань підприємств

1. Поняття економіки підприємства

Тільки на початку XX ст. для економіки підприємства були розроблені ті методологічні та наукові основи, які дозволили виділити її в самостійну дисципліну.

Основоположником її по праву можна вважати Євгенія Шмаленбаха (1873-1955). Як ніхто з його сучасників, він розвинув методологію науки, а також висунув ряд основних завдань. Саме він дав назву цій дисципліні.

До сучасних наукових напрямів, що мають найбільший вплив на розвиток економіки підприємства, належать такі:

– орієнтування на прийняття рішень;

– орієнтування на системний підхід (підхід складається з володіння, використання, розпорядження, виробництва, розподілу, обміну та споживання економічних благ);

– ураховування значущості екологічних проблем;

– соціальна орієнтація (Максимально високий рівень життя населення; Створення економічно ефективної та соціально справедливої грошової системи, яка забезпечує стабільність цін, соціальна забезпеченость)

– людський фактор (прояв всієї сукупності особистісно-психологічних і соціокультурних характеристик і властивостей людей, які впливають на його трудову активність);

– інституціональний напрям (напрям економічної теорії, який бере в основу аналізу не тільки економічні проблеми, але й пов'язує їх з проблемами соціальними, політичними, етичними, правовими тощо.

Досі жоден з названих напрямів не претендує на домінуюче положення. У той же час теоретичні системи, які виправдали себе на практиці, не можна віднести тільки до одного з наукових напрямів.

Економічна наука – це дисципліна, що займається різними питаннями господарювання.

Економіка – складна багаторівнева система, тому вона охоплює дві економічні самостійні дисципліни: науку про народне господарство і науку про економіку підприємства.

Перша займається теоретичними і практичними питаннями національної економіки, а також кон'юнктури в окремих країнах, міжнародних спільнотах, політичних блоках, на континентах або в усьому світі.

Друга концентрує свою увагу на теорії і практиці діяльності підприємств як елементів великих економічних систем і займається економічними питаннями взаємодії діяльності цих елементів.

Економіка підприємства займається економічними питаннями на підприємствах з урахуванням їхніх взаємозв'язків з іншими господарськими одиницями з суміжними господарськими сферами.

2. Об'єкт вивчення економіки підприємства

Наука про економіку підприємства належить до емпіричних наук, тобто до таких наук, які в повсякденній дійсності аналізують індивідуальні, просторові і часові факти і проблеми, як, наприклад, геологія, біологія, медицина та ін.

Об'єктом вивчення цієї науки є підприємства.

Підприємства в Україні здійснюють свою діяльність відповідно до Господарського кодексу України, який набрав чинності 1 січня 2004 р.

Згідно з цим кодексом ***підприємством*** *є* самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науководослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому цим Кодексом та іншими законами.

Найважливішою ознакою класифікації підприємств є вид задоволення попиту, при цьому розрізняють задоволення зовнішніх і внутрішніх потреб.

Першою ознакою підприємства є задоволення зовнішніх потреб. Різниця між задоволенням внутрішніх і зовнішніх потреб виникла в результаті розвитку процесу поділу праці. Якщо людина на ранніх стадіях свого розвитку відчувала потребу в певних продуктах, то вона виготовляла ці товари сама, тобто займалась *задоволенням власних потреб*, виробляючи товар і споживаючи його. Формою такої господарської одиниці було автономне домашнє господарство. З утворенням надлишків товару, виробленого для задоволення власних потреб, він обмінювався на інші товари — так з'явився феномен *задоволення зовнішніх потреб*. Якщо поділ праці розвивається далі, виробник починає налагоджувати виробництво тільки для третіх осіб і не використовує їх для власного споживання, при цьому досягається стан чистого задоволення зовнішніх потреб.

Другою ознакою підприємстваєсамостійність у прийнятті рішень. Ця ознака виражається в тому, що підприємство без чиєїсь вказівки вибирає в рамках діючих законів свої технічні, соціальні, економічні та екологічні цілі. Те саме стосується заходів, підходів, стратегій та альтернатив, використовуваних для досягнення мети. Свобода прийняття рішень не означає одночасно і економічну незалежність, навпаки, підприємства пов'язані з іншими підприємствами через ринки і залежать один від одного. Тому свобода окремого підприємства закінчується там, де починається свобода іншого.

Третьою ознакою підприємства *єнаявність власного ризику*. Під цим розуміється небезпека, що випливає з прийнятих самим підприємцем і третіми особами рішень, які можуть призвести до негативних наслідків. Ризик знаходить своє вираження у втратах, відсутності замовлень і т. ін. Незважаючи на те, що підприємство страхує наслідки певних ризиків, кожне з них само несе ринковий ризик. Цей ризик може виправдовуватися отриманням більш високої норми прибутку. Підприємство, яке уникає ринкового ризику, у результаті втрачає самостійність.

Крім того, підприємство має ще ряд ознак (атрибутів):

– самостійний баланс

– розрахунковий, валютний та інший рахунки в банку;

– печатка зі своєю назвою, а промислове підприємство – ще й товарний знак;

– не має у своєму складі інших юридичних осіб;

– здійснює будь-які види господарської діяльності, якщо вони не заборонені законодавством України і відповідають цілям, передбаченим статутом підприємства;

– діє на основі статуту або установчого договору – на всіх підприємствах, які використовують найману працю, має укладатися колективний договір. У ньому регламентуються виробничі, трудові та економічні відносини трудового колективу з адміністрацією підприємства, питання охорони праці, соціального розвитку, участі працівників у використанні прибутку підприємства (якщо це передбачено статутом підприємства).

Підприємство вважається створеним і здобуває права юридичної особи від дня його державної реєстрації.

3. Місія та цілі підприємства

Місія підприємства – основна, генеральна мета, мета існування підприємства, яка має бути виконана в плановому періоді. При формулюванні місії необхідно враховувати, що її зміст має включати такі основні пункти:

- опис продуктів (послуг), запропонованих підприємством;
- характеристика ринку – підприємство визначає своїх основних споживачів (клієнтів);
- цілі підприємства, виражені в термінах виживання, зростання, прибутковості;
- технологія: характеристика обладнання, технологічних процесів, інновацій у сфері технології;
- філософія: тут мають бути виражені базові погляди і цінності підприємства, які служать основою для створення системи мотивації;
- внутрішня концепція, у рамках якої підприємство описує власне враження про себе, вказуючи джерела сили, основні слабкі сторони, ступінь конкурентоспроможності, фактор виживання;

- зовнішній образ підприємства, його імідж, що підкреслює економічну і соціальну відповідальність підприємства перед партнерами, споживачами, суспільством у цілому. У цій частині місія має передати враження, яке підприємство хоче справити на весь світ.

Значення місії:

- місія є основою подальшого визначення цілей підприємства, які у свою чергу служать критеріями для всього подальшого процесу прийняття рішень;
- місія деталізує статус підприємства, допомагає зосередити зусилля колективу підприємства в потрібному напрямі;
- місія сприяє поліпшенню комунікації як всередині підприємства, допомагаючи співробітникам краще зрозуміти цілі бізнесу, так і поза ним, створюючи розуміння і підтримку з боку акціонерів, фінансових організацій, постачальників і споживачів.

Цілі, на відміну від місії, виражають окремі, конкретні напрями діяльності підприємства.

Цілі мають задовольняти такі вимоги:

- конкретність – при визначенні цілей необхідна точність відображення їх змісту, обсягу і часу;
- вимірність – мета має бути подана кількісно для оцінювання ступеня її досягнення;
- досяжність – цілі мають бути реальними, що не виходять за рамки можливостей підприємства;
- узгодженість – цілі слід розглядати не ізольовано, а у взаємозв'язку.

4. Класифікація підприємств

Згідно з Господарським кодексом України підприємства можуть бути класифіковані за такими ознаками:

1. Залежно від характеру діяльності підприємства можуть бути комерційними та некомерційними.

Комерційне підприємство – юридична особа, основна мета якої – отримання прибутку та її розподіл між засновниками (фізичними та юридичними особами).

Некомерційне підприємство – юридична особа, для якої отримання прибутку і його розподіл між засновниками не виступає як основна мета, отриманий прибуток використовується для саморозвитку, досягнення статутних цілей організації.

2. Залежно від кількості працівників і валового доходу за рік можуть бути віднесені до малих, середніх або великих підприємств.

Малими (незалежно від форми власності) визнаються підприємства, середньооблікова чисельність працівників у яких за звітний (фінансовий) рік не перевищує п'ятдесяти осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за цей період не перевищує суми, еквівалентної п'ятистам

тисячам євро за середньорічним курсом Національного банку України відносно гривні.

Великими підприємствами визнаються підприємства, в яких середньооблікова чисельність працівників за звітний (фінансовий) рік перевищує тисячу осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за рік перевищує суму, еквівалентну п'яти мільйонам євро за середньорічним курсом Національного банку України відносно гривні.

Всі інші підприємства визнаються *середніми*.

3. Залежно від форм власності, передбачених законодавством, в Україні можуть діяти підприємства таких видів:

- *приватне підприємство*, що діє на основі приватної власності громадян або суб'єкта господарювання (юридичної особи);
- *підприємство колективної власності*, що діє на основі колективної власності;
- *комунальне підприємство*, що діє на основі комунальної власності територіальної громади;
- *державне підприємство*, що діє на основі державної власності;
- підприємство, засноване на *змішаній формі власності* (на базі об'єднання майна різних форм власності).

4. Залежно від кількості засновників і формування статутного фонду в Україні діють підприємства унітарні та корпоративні.

Унітарне підприємство створюється одним засновником, який виділяє необхідне для цього майно, формує відповідно до законодавства статутний фонд, не розділений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи безпосередньо або через призначеного ним керуючого підприємством і формує його трудовий колектив на основах трудового найму, вирішує питання реорганізації та ліквідації підприємства (наприклад релігійні організації).

Корпоративне підприємство утворюється, як правило, двома або більше засновниками за їхнім спільним рішенням (договором), діє на основі об'єднання майна та/або підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників), їхнього загального управління справами, на основі корпоративних прав, у тому числі через створювані ними органи, участі засновників (учасників) у розподілі доходів і ризиків підприємства.

Господарським кодексом України виділено такі організаційно-правові форми підприємств.

1. ***Господарські товариства.***

Акціонерним товариством є господарське товариство, яке має статутний фонд, поділений на певну кількість акцій однакової номінальної вартості, і несе відповідальність за зобов'язаннями тільки майном товариства, а акціонери несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, у межах вартості акцій, які їм належать.

Товариством з обмеженою відповідальністю є господарське товариство, яке має статутний фонд, поділений на частки, розмір яких визначається

установчими документами, і несе відповідальність за своїми зобов'язаннями тільки своїм майном. Учасники товариства, які повністю сплатили свої вклади, несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, у межах своїх вкладів.

Товариством з додатковою відповідальністю є господарське товариство, статутний фонд якого поділений на частки певними установчими документами і яке несе відповідальність за своїми зобов'язаннями власним майном, а в разі його недостатності учасники цього товариства несуть додаткову солідарну відповідальність у визначеному установчими документами однаково кратному розмірі до внеску кожного з учасників.

Повним товариством є господарське товариство, усі учасники якого відповідно до укладеного між ними договору здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства і несуть додаткову солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном.

Командитним товариством є господарське товариство, у якому один або декілька учасників здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і несуть за його зобов'язаннями додаткову солідарну відповідальність всім своїм майном, на яке, за законодавством, може бути звернено стягнення (повні учасники), а інші учасники присутні в діяльності товариства лише своїми вкладами (вкладники).

2. ***Державні унітарні підприємства: державні комерційні підприємства та казенні підприємства.***

Державне унітарне підприємство утворюється компетентним органом державної влади в розпорядчому порядку на базі відокремленої частини державної власності, як правило, без поділу її на частки і входить до сфери його управління. Орган державної влади, до сфери управління якого входить підприємство, є представником власника і виконує його функції в межах, визначених законодавством.

Державні унітарні підприємства діють як державні комерційні підприємства або казенні підприємства.

Державне комерційне підприємство є суб'єктом підприємницької діяльності, діє на основі статуту на засадах підприємництва та несе відповідальність за результати своєї діяльності всім належним йому на праві господарського відання майном відповідно до чинного законодавства.

Казенні підприємства створюються в галузях народного господарства, у яких законодавством дозволено провадження господарської діяльності лише державним підприємствам; основним (понад п'ятдесят відсотків) споживачем продукції (робіт, послуг) виступає держава; за умовами господарювання неможлива вільна конкуренція товаровиробників або споживачів; переважаючим (понад п'ятдесят відсотків) є виробництво суспільно необхідної продукції (робіт, послуг), яке за своїми умовами і характером потреб, що задовольняються, як правило, не може бути рентабельним; приватизація майнових комплексів державних підприємств заборонена законодавством.

3. ***Підприємства об'єднання громадян, релігійні організації.***

Підприємством об'єднання громадян, релігійною організацією є унітарне підприємство, засноване на власності об'єднання громадян (громадської організації, політичної партії) або власності релігійної організації для здійснення господарської діяльності з метою виконання їхніх статутних завдань.

4. ***Селянське фермерське господарство.***

Селянське фермерське господарство є формою підприємництва громадян з метою виробництва, переробки та реалізації товарної сільськогосподарської продукції. Членами селянського (фермерського) господарства не можуть бути особи, які працюють у ньому за трудовим договором (контрактом, угодою).

5. ***Орендне підприємство.***

Орендним визнається підприємство, створене орендарем на основі оренди цілісного майнового комплексу існуючого державного або комунального підприємства чи майнового комплексу виробничого структурного підрозділу (структурної одиниці) цього підприємства з метою здійснення підприємницької діяльності.

6. ***Підприємство з іноземними інвестиціями.***

Підприємство, створене відповідно до вимог законодавства України, у статутному фонді якого не менше десяти відсотків становить іноземна інвестиція, визнається *підприємством з іноземними інвестиціями*. Підприємство отримує статус підприємства з іноземними інвестиціями з дня зарахування іноземних інвестицій на його баланс.

5. Класифікація об'єднань підприємств

Об'єднанням підприємствє господарська організація, утворена у складі двох або більше підприємств з метою координації їхньої виробничої, наукової та іншої діяльності для вирішення загальних економічних і соціальних завдань.

Об'єднання підприємств утворюються підприємствами на добровільних засадах або за рішенням органів, які відповідно до законодавства мають право утворювати об'єднання підприємств. До об'єднання підприємств можуть входити підприємства, утворені за законодавством інших держав, а підприємства України можуть входити до об'єднання підприємств, утворені на території інших держав.

Об'єднання підприємств утворюються на невизначений термін або як тимчасові об'єднання.

Об'єднання підприємств є юридичною особою.

Підприємства можуть об'єднувати свої зусилля для реалізації фінансових або інших інтересів. Існують такі форми об'єднань підприємств:

- асоціація;
- корпорація;
- консорціум;
- концерн.

Асоціація – договірне об'єднання, створене з метою постійної координації господарської діяльності об'єднань підприємств шляхом централізації однієї

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

Корпорацією визнається договірне об'єднання, створене на основі об'єднання виробничих, наукових і комерційних інтересів підприємств, які об'єдналися, з делегуванням ними окремих повноважень централізованого регулювання діяльності будь-якого з учасників органам управління корпорації.

Консорціум – тимчасове статутне об'єднання підприємств, створене для досягнення його учасниками певної спільної господарської мети (реалізації цільових програм, науково-технічних, будівельних проектів тощо). Консорціум використовує кошти, якими його наділяють учасники, централізовані ресурси, виділені на фінансування відповідної програми, а також кошти, що надходять з інших джерел, у порядку, визначеному його статутом. У разі досягнення мети його створення консорціум припиняє свою діяльність.

Концерном визнається статутне об'єднання підприємств, а також інших організацій на основі їхньої фінансової залежності від одного або групи учасників об'єднання, з централізацією функцій науково-технічного і виробничого розвитку, інвестиційної, фінансової, зовнішньоекономічної та іншої діяльності, учасники концерну наділяють його частиною своїх повноважень, у тому числі правом представляти їх інтереси у відносинах з органами влади, іншими підприємствами та організаціями. Учасники концерну не можуть бути одночасно учасниками іншого концерну.

Для кращої керованості на чолі об'єднання може створитися *холдингова компанія*. Підприємство також може бути учасником промислово-фінансової групи (або транснаціональної промислово-фінансової групи, якщо до складу групи входять українські та іноземні юридичні особи).

*Промислово-фінансова група(ПФГ)*є об'єднанням, яке створюється за рішенням Кабінету Міністрів України на певний термін з метою реалізації державних програм розвитку пріоритетних галузей виробництва і структурної перебудови економіки України, включаючи програми згідно з міжнародними договорами України, а також з метою виробництва кінцевої продукції.

До складу промислово-фінансової групи можуть входити промислові та інші підприємства, наукові та проектні установи, інші установи та організації всіх форм власності. У складі промислово-фінансової групи визначається головне підприємство, яке має виключне право діяти від імені промислово-фінансової групи як учасника господарських відносин.

ПФГ не є юридичною особою і не підлягає державній реєстрації як суб'єкт господарювання.

Порядок утворення та інші питання діяльності промислово-фінансових груп визначаються Законом України “Про промислово-фінансові групи”, іншими нормативно-правовими актами.

Питання для самоконтролю

1. Чи можна назвати підприємством будь-яку організацію?
2. Назвіть основні ознаки підприємства. Які з них є найбільш важливими?
3. Чи є мета одержання прибутку обов’язковою характеристикою підприємства?
4. У чому полягають основні функції підприємства?
5. Які економічні відносини реалізуються в процесі діяльності підприємства?
6. За якими ознаками класифікують підприємства?
7. Назвіть види підприємств за їх відношенням до права власності.
8. Розкажіть про цілі та принципи об’єднань підприємств.
9. Назвіть та охарактеризуйте форми об’єднань підприємств.
10. Які проблеми можуть виникнути при об’єднанні підприємств?

Тестові завдання для самоконтролю

1. Основними документами, щорегулюють діяльність підприємства в Україні, є:

а) Закон України "Про підприємства в Україні";

б) статут;

в) ліцензія;

г) колективнийдоговір.

2. Головне завдання підприємства в ринковій економіці полягає у:

а) задоволенні потребринку з метою одержання прибутку;

б) ефективному використанні основних фондів і оборотних засобів;

в) підвищенні продуктивності праці та ефективному використанні системи мотивації праці;

г) організації беззбиткової діяльності.

3. Підприємство характеризується такими ознаками:

а) виробничо-технічна єдність;

б) організаційно-соціальна єдність;

в) спільність території;

г) фінансово-економічна самостійність.

4. Виробнича структура підприємства – це:

а) склад, кількісне співвідношення і розміри внутрішніх підрозділів, форми їх побудови і взаємозв'язку;

б) чисельність суб'єктів-засновників та взаємовідносини між ними;

в) частка капіталу кожного засновника устатутному фонді;

г) організаційно-правова форма існування підприємства.

5. Структура економічного механізму охоплює:

а) механізм формування та використання ресурсів (капіталу);

б) механізм управління витратами й фінансами;

в) мотиваційний механізм;

г) механізм взаємодії з ринком.

6. Загальна структура підприємства включає:

а) виробничі підрозділи;

б) підрозділи матеріально-технічного забезпечення;

в) підрозділи апарату управління;

г) підрозділизбутупродукції.

7. Виробнича програма підрозділів основного виробництва – це:

а) план діяльності;

б) план поставки продукції;

в) сукупність продукції певної номенклатури та асортименту, яка має бути виготовлена у плановому періодівзаданих обсягах;

г) послідовність запуску продукції у виробництво в плановому періоді.

8. З точки зору підприємця ціна повинна:

а) покривати витрати виробництва;

б) забезпечувати отримання максимального прибутку;

в) забезпечувати беззбиткову діяльність виробництва;

г)всі відповіді правильні.

9. Виробнича собівартість продукції визначається:

а) накладними витратами;

б) непрямими витратами;

в) прямимиви тратами;

г)всі відповідіправильні.

10. Основними показниками, що їх використовують для оцінювання діяльності підрозділу, є:

а) прибуток;

б) обсяг виробництва і прибуток;

в) обсяг виробництва й витрати виробництва;

г) продуктивність праці івитрати.

ТЕМА 2. УПРАВЛІННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИМИ ВИДАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

План

1. Виробнича структура підприємства, її види і характеристика.
2. Управління підприємством: поняття, завдання і принципи.
3. Функції, інструменти та риси сучасного управління.
4. Методи управління.
5. Організаційні структури управління підприємством.
6. Напрями удосконалення управління підприємством.

1. Виробнича структура підприємства, її види і характеристика.

Структура підприємства – це його внутрішня будова, яка характеризує склад, розміри його внутрішніх підрозділів, їх підпорядкованість та систему взаємозв`язків між ними.

Структура підприємствавизначається основною метою його функціонування на ринку, стратегічними завданнями, особливостями продукції, що випускається, масштабами виробництва, специфікою технологій, територіальним розміщенням підприємства та іншими чинниками. Розрізняють поняття *виробничої, загальної* структури підприємства та *організаційної структури управління* ним.

Діяльність будь-якого підприємства пов’язана з певними виробничими процесами. Ці процеси відбуваються у підрозділах, які формують виробничу структуру підприємства.

Виробнича структура підприємства – це сукупність, кількісний склад і взаємозв`язки його виробничих підрозділів, які прямо або опосередковано беруть участь у виробничому процесі.

Виробничу структуру підприємства можна охарактеризувати за:

- кількістю структурних виробничих підрозділів;
- площею структурних виробничих підрозділів;
- часткою працівників окремих підрозділів в загальній чисельності
- працівників підприємства;
- питомою вагою обсягу випуску продукції окремими підрозділами в сукупному обсязі випуску продукції усім підприємством;
- часткою вартості основних фондів окремих підрозділів у їх сукупній вартості та ін.

Базовим елементом виробничого процесу є ***робоче місце*** – частина виробничої площі, оснащеної необхідним устаткуванням та інструментами, на якій виконуються певні операції з виготовлення продукції.Робочі місця об’єднуються у виробничі дільниці.

Виробнича дільниця *є* сукупністю робочих місць, на яких виконуються технологічно однорідні роботи або виготовляється однорідна продукція. Звідси, виробничі дільниці можуть організовуватись за *технологічним* або за *предметним* принципом. Виробничі дільниці можуть об’єднуватись у цехи.

Цех – це територіально і адміністративно відокремлений підрозділпідприємства, в якому виконується комплекс робіт відповідно до внутрішньозаводської спеціалізації. Кількість цехів залежить від конструктивних і технологічних параметрів продукції, обсягів її виробництва, рівня спеціалізації та кооперування.

Цехи поділяються на:

– ***основні*** – спеціалізуються на виготовлені профільної продукції підприємства, призначеної для задоволення потреб зовнішніх споживачів (заготівельні, обробні, складальні); у таких цехах виконується певна стадія процесу переробки вхідних сировинно-матеріальних ресурсів на готову продукцію або стадія процесу виготовлення виробу (його частини);

– ***допоміжні*** – сприяють випуску основної продукції, виготовляють допоміжну продукцію, необхідну для нормальної роботи основних цехів (інструментальні, ремонтні, енергетичні);

– ***побічні*** – переробляють відходи основного та допоміжного виробництв, виготовляють непрофільну продукцію, відновлюють допоміжні матеріали;

– ***підсобні*** – здійснюють підготовку основних матеріалів до виробничого споживання основними цехами, виготовляють тару, вирощують

– сільськогосподарську продукцію для власних потреб;

– ***обслуговуючі*** – забезпечують нормальну роботу основних і допоміжних цехів (складське, транспортне, санітарно-технічне господарства).

Також до виробничих підрозділів підприємства належать лабораторії, експериментальні цехи, випробувальні центри і полігони, та ін.

У залежності від складу внутрішніх підрозділів підприємства можна виділити такі ***види його виробничої структури*:**

- ***цехова*** – головним виробничим підрозділом є цех;
- ***безцехова*** – основою побудови виробничої структури є виробнича дільниця;
- ***корпусна*** – основним виробничим структурним підрозділом є корпус як об'єднання однотипних цехів;
- ***комбінатська*** – поєднуються стадії послідовного процесу переробки сировини, а підрозділи виготовляють завершену частку готового виробу.

Виробничими підрозділами структура підприємства на обмежується. Тому розрізняють загальну структуру підприємства (рис. 2.1).

Загальна структура підприємства включає, крім виробничих підрозділів, заклади соціально-культурного призначення, покликані забезпечувати працівникам належні умови праці та відпочинку, а також підрозділи апарату управління.

Основні ***чинники,*** які впливають на виробничу (визначальну) структуру:

- ма*сштаб виробництва* – кількість виробів певного виду, типорозмірів продукції визначають формування відповідних за спеціалізацією та потужністю підрозділів і саму виробничу структуру підприємства;



Рисунок 2.1 – Загальна структура підприємства

- *складність конструкції виробів* – вид продукції визначає характер виробничих процесів, а, отже, і склад основних цехів, їх різноманітність, розмаїття виробничих зв'язків між ними;

- *характер технологічного процесу* – пов'язаний із попереднім чинником і залежить від нього; складність технології обумовлює ускладнення виробничої структури підприємства, передбачає розширення видів як основних, так і допоміжних та побічних цехів;

- *рівень спеціалізації і кооперування* – підвищення рівня спеціалізації сприяє однорідності випуску продукції, зменшенню різноманітності цехів, спрощує виробничу структуру; спеціалізація веде до розширення кооперованих зв'язків з іншими підприємствами, що також призводить до спрощення виробничої структури;

- *ступінь охоплення життєвого циклу виробів* – якщо підприємство, крім безпосереднього виготовлення продукції, її складування і

- транспортування, передбачає сервісне обслуговування, то це призводить до створення спеціалізованих підрозділів в регіонах, до ускладнення виробничої структури.

Структура підприємства є не сталою, вона може змінюватись під впливом як перелічених чинників, так і вдосконалюватись разом зі зміною вимог до самої продукції, технології її виготовлення, до використовуваної на підприємстві системи управління. Однак, основною вимогою до структури

підприємства є забезпечення раціонального сполучення в просторі і часі всіх елементів виробничого та інших процесів на підприємстві.

2. Управління підприємством: поняття, завдання і принципи

Підприємство, функціонуючи на ринку, переслідує певну мету. Такою метою є одержання певної економічної вигоди, яка може бути досягнута лише шляхом розумного поєднання двох ключових завдань:

- задоволення суспільних потреб у певній продукції (роботах, послугах);
- отримання прибутку підприємством або підприємцем.

Для досягнення поставлених цілей на підприємстві слід розподілити виконувані функції між окремими складовими системи: виробничими і невиробничими підрозділами (цехами, відділами, дільницями, закладами), окремими працівниками всередині них, а також забезпечити координацію їх діяльності, адже "оркестр потребує диригента". Такими "диригентами" є керівник підприємства та управлінці (менеджери) різних рівнів. Останні і виконують функції координації роботи усіх підрозділів підприємства.

Управління підприємством є діяльністю, спрямованою на ефективне його функціонування і досягнення поставленої мети через використання засобів і методів впливу на усі процеси всередині нього, координацію роботи структурних підрозділів та персоналу.

Завдання управління підприємством – забезпечити скоординовану діяльність його підрозділів, а також координацію роботи підприємства з елементами зовнішнього середовища.

Особливе місце управління в ринковій економіці обумовлене тим, що саме воно повинно забезпечити зв'язок, інтеграцію економічних процесів на підприємстві: інтересів його власника щодо одержання доходу, забезпечення потенційних можливостей для майбутнього розвитку; інтересів працівників підприємства щодо належного рівня оплати праці, соціального захисту, створення умов для відпочинку та всебічного розвитку.

Управління підприємством пов'язує воєдино його внутрішні резерви і зовнішнє середовище, найбільш суттєвими компонентами якого є державне регулювання економіки, конкуренція, стан соціального середовища тощо.

Управління в такому випадку посилює можливості підприємства адаптуватись до середовища, підвищує його конкурентоспроможність.

Чинне законодавство України, зокрема, Господарський кодекс України, визначає основні засади управління підприємствами різних форм власності.

У ст.65 ГКУ йдеться про те, що управління підприємством здійснюється відповідно до його установчих документів на основі поєднання прав власника щодо господарського використання свого майна і участі в управлінні трудового колективу.

Власник здійснює свої права щодо управління підприємством безпосередньо або через уповноважені ним органи відповідно до статуту підприємства чи інших установчих документів.

Для керівництва господарською діяльністю підприємства власник або уповноважений ним орган призначає (обирає) керівника підприємства.

Підприємство самостійно визначає свою організаційну структуру, встановлює чисельність працівників і штатний розпис.

Ст. 122 ГКУ визначає засади управління об'єднаннями підприємств: господарські об'єднання мають вищі органи управління (загальні збори учасників) та утворюють виконавчі органи, передбачені статутом господарського об'єднання.

Управління державним (комунальним) господарським об'єднанням здійснюють правління об'єднання і генеральний директор об'єднання, який призначається на посаду та звільняється з посади органом, що прийняв рішення про утворення об'єднання.

Порядок управління підприємством є діяльністю, спрямованою на ефективне його функціонування і досягнення поставленої мети через використання засобів і методів впливу на усі процеси всередині нього, координацію роботи структурних підрозділів та персоналу державним (комунальним) господарським об'єднанням, визначається статутом об'єднання відповідно до закону.

Отже, згідно з чинним вітчизняним законодавством підприємства самостійно визначають моделі використовуваних систем управління, його структуру, формують штати працівників та ін.

Рішення із соціально-економічних питань, що стосуються діяльності підприємства, виробляються і приймаються його органами управління з участю трудового колективу та уповноважених ним органів.

Практично принципи управління реалізуються через сукупність нормативів, правових, моральних норм, соціально-психологічних настанов тощо.

Принципи управління – це певні засади і правила, якими керуються менеджери в процесі управлінської діяльності.

Серед принципів управління можна виділити:

- *чіткий розподіл праці* – дозволяє визначити коло виконуваних функцій як самих управлінців, так і безпосередніх виконавців управлінських рішень;
- *додержання дисципліни і порядку* – необхідне з огляду на те, що недотримання організаційних параметрів поведінки працівниками спричиняє неповне, неякісне виконання своїх функцій і неефективне управління;
- *повноваження і відповідальність* – пов'язаний з принципом чіткого поділу праці і передбачає визначення кола повноважень управлінців різних рівнів, міру відповідальності за прийняті управлінські рішення, а також своєчасність і якість їх виконання;
- *використання мотивації високопродуктивної праці* – ефективність управління визначається, в значній мірі, системою мотивації менеджерів; можуть використовуватись різні методи мотивації, починаючи від прямих економічних (форма і розміри оплати праці, премії, участь у прибутках) і

завершуючи не грошовими (гнучкі робочі графіки, просування по службі, участь у прийнятті рішень на більш високому рівні);

- *забезпечення рівної справедливості для всіх* – як самі управлінці, так і виконавці їх рішень повинні бути впевнені, що всі вони однаковою мірою справедливо відповідають за виконання своїх функцій і також справедливо будуть винагороджені за високі результати роботи;

- *впевненість у постійності і стабільності роботи* – цей принцип дозволяє розкрити кожним працівником усі свої потенційні можливості, скерувати зусилля на якомога якісніше виконання завдань, оскільки впевненість у завтрашньому дні є одним із визначальних стимулів до високопродуктивної праці;

- *дотримання взаємовідносин з працівниками відповідно до ієрархічного ланцюга* – виконання управлінських рішень передбачає чітке підпорядкування нижчих ланок управління вищим; в іншому випадку виникає загроза прийняття суперечливих рішень і неможливості їх якісного виконання;

- *заохочення ініціативи* – є важливим важелем стимулювання будь-якої діяльності, в тому числі і управлінської; ініціатива має бути заохочена різноманітними способами і на будь-якому рівні управління, щоб мати можливість сформулювати з масиву ініціативних пропозицій єдино правильне управлінське рішення;

- *цільової сумісності і зосередження* – полягає у створенні єдиного механізму управління, спрямованого на вирішення спільних завдань; робота окремих підрозділів повинна будуватись за принципом задоволення потреб споживача у необхідній продукції у визначених обсягах і в зазначений час;

- *ефективності управління* – обумовлений наявністю кількох варіантів досягнення однієї і тієї ж мети; підприємство знаходиться в постійному пошуку ефективних рішень в галузі техніко-економічних питань, організації виробництва, забезпечення конкурентоспроможності продукції, пошуку нових ринків збуту та ін.

3. Функції, інструменти та риси сучасного управління

Визначені підприємством цілі та завдання реалізуються через правлінську діяльність всередині підприємства на основі поділу праці. Така праця спрямована на зміну стану підприємства відповідно до поставлених завдань і знаходить відображення у функціях управління.

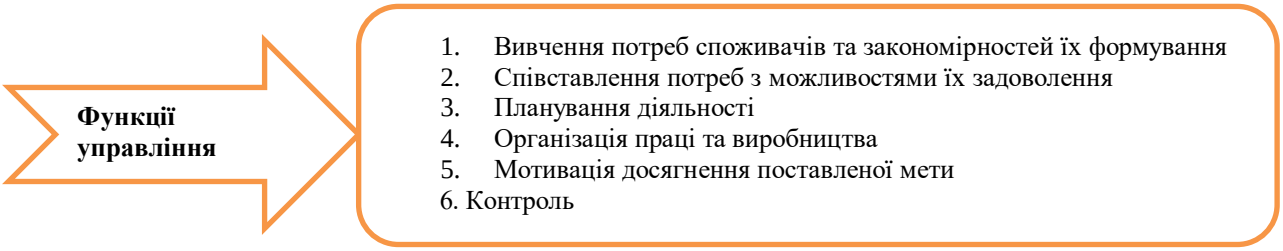


Рисунок 2.2 – Функції управління підприємства

У світовій практиці використовують три інструменти управління:

- *ієрархія* – передбачає чіткий поділ функцій у керованій системі, підпорядкування управлінських ланок за принципом ієрархічного ланцюга, безумовне виконання "вказівок зверху", пряму відповідальність перед вище стоячою ланкою; ієрархія є характерною для адміністративно-командної економіки і в умовах ринку в підприємницькому середовищі в "чистому" вигляді практично не використовується;

- *культура* – ґрунтується на використанні в процесі впливу на працівників системи норм, правил і засад, визнаних суспільством; саме вони визначають стиль поведінки працівників, відношення до виконання ними своїх обов'язків, формують відповідальність за результати роботи;

- *ринок* – має в основі використання в управлінській діяльності економічних законів та економічних інтересів суб'єктів господарювання, їх економічної свободи і самостійності; вигідність або невигідність результату визначає поведінку суб'єкта; в практиці господарювання існує ряд обмежень зі сторони держави, інших інституцій щодо економічної поведінки підприємницьких структур, окремих працівників.

На практиці перелічені інструменти управління використовуються в певному поєднанні, хоча кожен з них є домінуючим в тій чи іншій економічній системі.

Основними рисами сучасного управління є:

– поступова відмова від управлінського раціоналізму (розгляд підприємства як закритої системи) і висунення на перший план проблем гнучкості та адаптованості до постійних змін зовнішнього середовища;

– застосування ситуаційного підходу до управління, врахування конкретного набору обставин, які мають значний вплив на діяльність підприємства в даний момент часу;

– необхідність розробки і реалізації стратегічного управління підприємством, який поєднує стратегічний підхід по формуванню цілей і завдань підприємства та програмно-цільовий підхід до їх реалізації;

– використання інноваційного менеджменту, який передбачає сприйняття підприємством всього нового, сучасних досягнень науково-технічного прогресу;

– зростання ролі лідера як носія нового господарського мислення, орієнованого на нововведення, на інтеграцію зусиль працівників, на раціональний ризик;

– соціальна відповідальність менеджера як перед суспільством в цілому, так і перед працівниками підприємства; менеджер повинен таким чином організувати їх спільну роботу, щоб кожна людина максимально реалізувала свої здібності і потенціал.

4. Методи управління

Методи управління – це способи цілеспрямованого впливу на працівників і виробничі колективи для досягнення поставлених перед ними завдань.

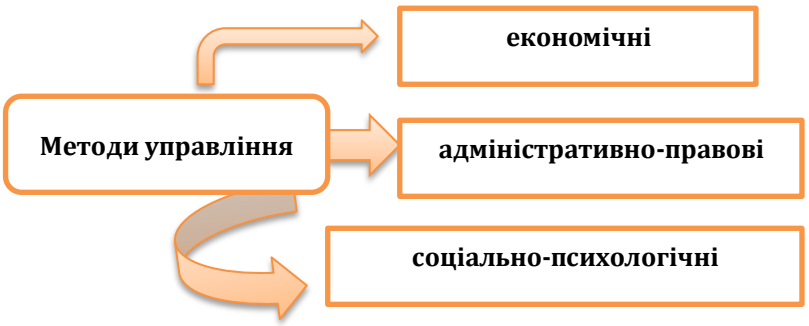


Рисунок 2.3 – Сукупність методів управління

Функції управління можуть бути реалізовані шляхом розробки і використання сукупності методів управління.

Економічні методи – це прийоми і способи управління, в основі яких лежить свідоме використання системи економічних законів, економічний розрахунок, економічні інтереси, передбачення економічних результатів прийнятих рішень, матеріальна зацікавленість і відповідальність працівників.

Ці методи включають:

– *матеріальне стимулювання працівників чи колективів та їх матеріальну відповідальність;*

– *ціноутворення* – спосіб і рівень встановлюваних цін на продукцію підприємства є важелем впливу на формування попиту на неї та її пропозиції;

– *державне регулювання* – сукупність інструментів впливу держави на підприємницьку діяльність;

– *стимулювання* – об'єктами стимулювання можуть бути окремі виробництва, окремі працівники підприємства, колективи його підрозділів;

– *оподаткування* – є елементом державного регулювання і має на меті через механізм встановлення диференційованих податкових ставок заохочувати або обмежувати розвиток тих чи інших виробництв, галузей, територій і підприємств.

Адміністративно-правові методи управління передбачають юридичний (правовий) і адміністративний вплив на відносини людей в процесі виробництва, оскільки ці відносини регулюються певними правовими нормами.

Основними рисами цих методів є:

– наділення керівника (або вищого органу управління) владними повноваженнями;

– підпорядкування нижчої ланки управління вищій;

– вплив на керований об'єкт шляхом прямих завдань, розпоряджень, наказів і директив;

– обов'язкове виконання вказівок вищих органів управління;

– одноваріантність виконання вказівок.

Ці методи передбачають використання законодавчих актів, інструкцій, положень, наказів та розпоряджень а також і *застосування* відповідних матеріальних, адміністративних і карно-правових санкцій.

Організаційно-розпорядчі методи, до яких належать підбір і розстановка кадрів, систематичний, щоденний контроль за діяльністю підлеглих. Ці методи сприяють оперативності управління і координації діяльності усіх ланок на виробництві.

Соціально-психологічні методи управління забезпечують вільний розвиток особистості і колективу, побудову їх діяльності на активній творчій основі. Ці методи спрямовані на створення у колективі нормального морально-психологічного клімату, вони реалізують мотиви соціальної поведінки людини, оскільки традиційні прямі форми матеріального заохочення поступово втрачають свій стимулюючий вплив.

Соціально-психологічні методи управління передбачають вивчення соціальних запитів та інтересів членів колективу, середовища виробництва, громадської думки.

За змістом і характером впливу на колективи людей ці методи різноманітні. Всі перелічені методи управління лише в поєднанні створюють необхідний арсенал дієвих засобів для ефективного менеджменту.

5. Організаційні структури управління підприємством.

Процес організації управління потребує створення організаційної структури, яка визначає розподіл завдань, розміщення і використання ресурсів.

Організаційна структура управління – це склад, взаємодія, підзвітність елементів системи управління, тобто окремих підрозділів.

Між елементами системи управління підприємством існують певні зв’язки, які поділяються на:

– *лінійні* – виникають між структурними підрозділами різних рівнів управління, тобто коли керівники цих підрозділів адміністративно підпорядковані між собою;

– *функціональні* – характеризують взаємодію керівників, які виконують визначені функції на різних рівнях управління і між ними не існує адміністративного підпорядкування;

– *міжфункціональні* – мають місце між підрозділами одного управлінського рівня.

Виходячи із специфіки охарактеризованих зв’язків між елементами системи управління організаційні структури управління підприємством поділяються на дві великі групи:

– *вертикальна структура*, особливостями якої є спеціалізація на виконанні завдань (поділ праці), командний ланцюг, владні повноваження, відповідальність, делегування функцій, норма керованості, централізація і децентралізація;

– *департаментна* структура, яка є основою для об'єднання окремих працівників (посад) у відділи, департаменти, а відділів – в організацію в цілому.

Найбільш розповсюдженими ***вертикальними*** організаційними структурами управління *є лінійна і лінійно-штабна,* а ***департаментними*** – *функціональна, дивізіональна, матрична.*

– *Лінійна* – це структура управління, між елементами якої існують лише одноканальні взаємодії. Кожен підлеглий має лише одного лінійного керівника, який виконує адміністративні та інші функції у відповідному підрозділі. Використовується така структура у невеликих підприємствах, з нескладною технологією виробництва, незначною чисельністю працюючих і невеликими обсягами випуску продукції.

– *Лінійно-штабна структура* передбачає створення при лінійному керівникові спеціальних функціональних служб – штабів, які допомагають йому вирішувати певні виробничі завдання і формувати відповідні управлінські рішення. Керівники штабів не мають владних повноважень і тому не дають безпосередніх розпоряджень лінійним керівникам, вони виконують дорадчі функції, допомагаючи лінійним керівникам формувати виважені та обґрунтовані управлінські рішення.

Така структура є ефективною в масовому виробництві з незначними технологічними змінами.

– *Функціональна структура* є найбільш розповсюдженою і передбачає, що групування працівників за посадами у відділи здійснюється за принципом спорідненості видів їх діяльності, компетенції, виконуваних функцій і використовуваних ресурсів. Така структура також передбачає наявність функціональних служб - відділів, але їх персонал має не лише дорадчі права, а й право керівництва і прийняття рішень. Тому кожен виробничий підрозділ може отримувати розпорядження і вказівки одночасно від декількох керівників функціональних підрозділів підприємства.

– *Дивізіональна структура управління* будується за принципами групування виробничих підрозділів за продуктами, групами споживачів, за місцем розташування. Виникнення цієї структури пов'язане із поглибленням поділу управлінської праці, тобто вищі ланки управління займаються лише загальними питаннями (фінансовими, юридичними, кадровими, стратегічного розвитку), а решту своїх функцій делегують виробничим підрозділам - відділенням, які мають свою власну структуру управління і можуть автономно функціонувати.

Розповсюдження *дивізіональної структури* пов'язане з процесами диверсифікації виробництва і виникненням великих компаній, корпорацій.

– *Матрична структура* передбачає створення поряд з лінійними керівниками та функціональним апаратом управління тимчасових проектних груп, які формуються зі спеціалістів функціональних підрозділів і займаються створенням нових видів продукції. Після завершення робіт над проектом спеціалісти повертаються до своїх функціональних підрозділів. Керівник

проєкту виконує роль лінійного керівника по відношенню до членів тимчасової групи.

Крім зазначених організаційних структур управління підприємством, у зв'язку із ускладнення процесів виробництва, збуту, зв'язків між виробничими та іншими підприємствами, "викликані" до життя такі структури управління, як *командна, мережева (множинна*).

Функції, права та обов'язки структурних підрозділів підприємства визначаються положеннями про них, які затверджуються в порядку, визначеному статутом підприємства або іншими установчими документами.

6. Напрями удосконалення управління підприємством

Удосконалення управління підприємством повинно здійснюватись за такими напрямами:

– вдосконалення організаційної структури управління підприємством;

– поліпшення управління використанням виробничих ресурсів;

– удосконалення управління впровадженням досягнень НТП та якістю продукції;

– покращення системи планування як основної функції управління підприємством;

– посилення уваги до організації культури і демократизації управління.

Чисельність працівників функціональних підрозділів підприємства визначається на основі відповідних нормативів, які встановлюються науково – дослідними інститутами праці і відображаються у відповідних методичних рекомендаціях.

На підприємствах найчастіше чисельність управлінського персоналу встановлюється у відсотках до чисельності робітників та фіксується у штатному розписі підприємства.

Економічність апарату управління обчислюють з використанням відповідного коефіцієнта *Кеу:*

$$Кеу = Кс \times Кчу, \qquad (2.1)$$

де Кс – коефіцієнт відповідності існуючої структури на підприємстві типовій структурі;

Кчу – коефіцієнт відповідності фактичної чисельності працівників апарату управління їх нормативній чисельності.

Допоміжними показниками економічності апарату управління є:

– питома вага чисельності управлінського персоналу в загальній чисельності працюючих;

– кількість робітників, що «припадають» на одного менеджера;

– питома вага фонду заробітної плати управлінського персоналу в загальному фонді заробітної плати працівників підприємства.

Застосування згаданих показників є доречним при порівнянні економічності управління в однотипних підрозділах підприємства.

Питання для самоконтролю

1. Опишіть загальну структуру підприємства.
2. У чому полягають функції управління?
3. Охарактеризуйте методи управління підприємством.
4. Опишіть структуру організаційного управління.
5. Дайте характеристику основних рис структурного управління підприємством.
6. Розкрийте сутність управління, його цілі та завдання.
7. Опишіть основні способи визначення цілей управління.
8. Охарактеризуйте три рівні управління.
9. Розкрийте функції управління.
10. На яких принципах базується управління підприємством?

Тестові завдання для самоконтролю

1. Структура підприємства визначається:

а) основною метою його функціонування на ринку;

б) стратегічними завданнями;

в) особливостями продукції, що випускається;

г) усі відповіді правильні.

2. Сукупність, кількісний склад і взаємозв`язки його виробничих підрозділів, які прямо або опосередковано беруть участь у виробничому процесі – це:

а) виробнича структура підприємства;

б) загальна структура підприємства;

в) організаційна структура управління підприємством.

3. До головних проблем в стратегічному управлінні діяльністю підприємства, що стоять перед менеджерами, не відносять:

а) несприятливі умови зовнішнього середовища;

б) недоліки у внутрішньому середовищі підприємства;

в) відсутність перспективного бачення;

г) високі темпи інфляції в країні базування.

4. Проблемою №1 для будь-якого підприємства, що діє в умовах ринку, є:

а) знищення конкурентів;

б) виживання й забезпечення безперервного розвитку;

в) задоволення запитів споживачів;

г) робота на“граніфолу“ у правовому полі.

5. Відповідно до закону, сформованого Р.Ешбі, система управління повинна мати в своєму арсеналі:

а) більшу різноманітність реакцій, ніж можливу їх кількість і складність, що відбуваються в середовищі;

б) не меншу різноманітність реакцій, ніж можливу їх кількість і складність, що відбуваються в середовищі;

в) однакову кількість реакцій та їх кількість і складність, що відбуваються в середовищі;

г) різну кількість реакцій.

6. Таксономія – це наука про класифікації:

а) стратегій підприємства;

б) зовнішніх загроз;

в) об'єктів, явищ;

г) внутрішнього середовища підприємства.

7. Стратегічне управління – це управління в соціально-економічних системах, в котрих виділяється три сторони:

а) модульна; елементна; процесна;

б) елементна; корпоративна; активна;

в) блокова; функціональна; процесна;

г) комплексна; процесна; модульна.

8. Логічна модель механізму стратегічного управління, як правило, може бути подана у вигляді моделі:

а) одновимірної;

б) двовимірної;

в) тривимірної;

г) чотиривимірної.

9. Виділить характеристики, що відображаються на осях при побудові моделі механізму стратегічного управління:

а) аналіз ситуації і виявлення проблем; види стратегій, що функціонують на підприємстві; контроль і оцінювання результатів;

б) елементи механізму управління; етапи процесу управління; видидіяльності, що виконуються на підприємстві;

в) планування діяльності з досягнення цілей; види діяльності, що виконуються на підприємстві;

г) етапи процесу управління; аналіз ситуаціїі виявлення проблем.

10. Підприємство, з погляду стратегічного управління, є системою:

а) закритою;

б) комплексною;

в) відкритою;

г) однопродуктовою.

ТЕМА 3. РИНОК І ПРОДУКЦІЯ

План

1. Ринок: поняття,умови формування і функції.
2. Структура і види ринків.
3. Типи ринкової структури.
4. Ринкова інфраструктура, її складові елементи.
5. Характеристика продукції підприємства.

1. Ринок: поняття, умови формування і функції.

На початку 2005 року Україна світовою спільнотою визнана країною із *ринковою економікою*. Саме поняття «ринок» пройшло еволюційний шляхсвого розвитку і навіть сьогодні є досить багатогранним.

Еволюція поняття "ринок" почалась з визначення його як «базарної площі», тобто місця обміну товарами. Далі на певному етапі розвитку суспільних відносин ринок розглядався як форма товарно-грошового обміну, аз точки зору суб'єктів ринкових відносин – як сукупність продавців і покупців. Однак такі трактування не охоплюють всієї сукупності суб'єктів ринкових відносин - виробників, споживачів, посередників, тобто не включають відносин виробництва, розподілу, споживання у сфері обігу.

Крім відносин купівлі-продажу, ринок включає соціально-економічні (власності, виробництва, розподілу, споживання) та організаційно-економічні (конкретні форми організації ринку) відносини.

Ринок – це соціально-економічні відносини між відособленими виробниками і споживачами в процесі обміну продуктами або послугами. За допомогою цих відносин визначається суспільна цінність товарів, відображена у їх ціні.

Сучасний ринок – це основний елемент складної системигосподарювання. У ній тісно взаємодіють ринковий механізм та численні державні інститути його регулювання. Ринок також відображає стан суспільної ідеології, культури, правової свідомості та ін.

Ринок є сукупністю конкретних механізмів, важелів та інструментів, які забезпечують реалізацію інтересів продавців та покупців ресурсів, товарів, послуг на еквівалентній основі.

Формою організації діяльності господарюючих суб'єктів, яка ґрунтується на ринкових відносинах, є ринкова система господарюванняабо *ринкова економіка.*

Ринок може функціонувати та розвиватись за певних умов, якіможна поділити на чотири групи.

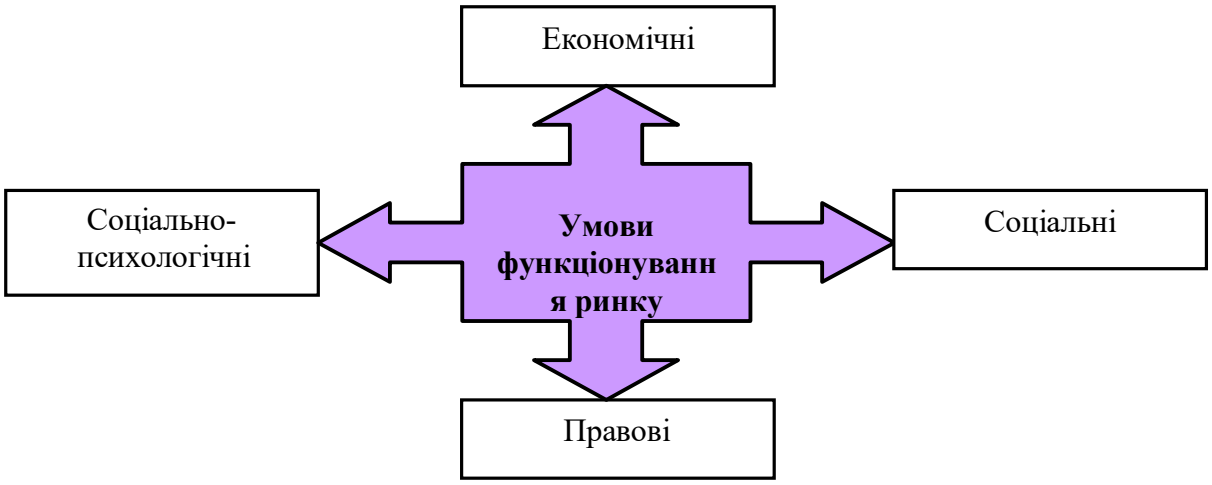


Рисунок 3.1 – Умови функціонування ринку

Економічні умови відображають загальні умови господарювання, які є підґрунтям для формування ринкових зв'язків та передбачають: товарний характер виробництва, суспільний поділ праці, економічну відокремленість виробників, різноманістність форм власності на засоби виробництва, вільний вибір виду діяльності, вільне ціноутворення, існування ринкової конкуренції, вільний обіг товарів, капіталів і праці, наявність ринкової інфраструктури та ін.

Соціальні умови забезпечують "гуманну" сторону ринкової економіки і включають системи захисту малозабезпечених верств населення, соціальної допомоги дітям, молоді, безробітним; соціального захисту у випадку безробіття тощо.

Правові умови включають систему правового забезпечення прийняття економічних рішень з метою вдосконалення ринкових методів господарювання.

Соціально – психологічні умови, які також включають *культурні умови* функціонування ринку, забезпечують самореалізацію особи та повагу до неї включають: наявність ринкової психології населення; свободу розвитку особи (творчого, освітнього, кваліфікаційного, підприємницького та ін.) та політичної діяльності; систему задоволення духовних потреб людини; можливість вивчення культурних надбань народів, народностей та етнічних груп в Україні, а також світової культури тощо.

Сутність сучасного ринку найбільш повно розкривається через його **функції,** важливішими з яких є:

1. Регулююча – забезпечує встановлення пропорцій економіці, узгодженість попиту і пропозиції. Орієнтуючись на ринкові ціни, прагнучи одержати максимальні прибутки, підприємства – виробники скеровують свої ресурси на випуск тієї продукції, яка користується попитом. У результаті

забезпечується урівноваження обсягу виробництва та суспільних потреб, формуються необхідні економічні пропорції.

Ринкова конкуренція активно впливає на рівень витрат на виробництво товарів,на задоволення платоспроможного попиту, на активізаціюінноваційної діяльності і т.д. У цьому контексті ринок також є дієвим "регулятором" економічних пропорцій.

Разом з тим, регулююча функція ринку як механізму суспільних відносин не є абсолютною, оскільки ринок може регулюватись державою (податки, встановлені державою ціни, державні замовлення) та іншими ринковими суб'єктами (домовленості про ринки збуту, цінові змови, квоти).

2. Стимулююча – посередництвом цін рино кстимулює виробництво тих товарів, які необхідні споживачам, тобто заохочує виробників, які найбільш раціонально використовують ресурси виробництва для одержання найкращих результатів роботи, застосовуючи найновіші досягнення науки, техніки, організації, стимулювання праці та управління. Цим самим знижуються індивідуальні витрати виробництва, підвищується конкурентоспроможність, що сприяє більш повному задоволенню споживчих потреб.

3. Розподільча – конкурентне ринкове середовище призводить до встановлення ринкових цін на товари. При цьому одні товаровиробники при таких цінах заробляють, а інші – втрачають, тобто відбувається розшарування виробників за рівнем доходів на успішних, процвітаючих та неконкурентоспроможних, близьких до банкрутства. Перші з них мають перспективи для розвитку, а інші – стоять на порозі закриття. Відповідно до цього відбувається соціальне розшарування у суспільстві.

4. Інтегруюча – ринок є об'єднуючим началом для розвитку економічної системи завдяки налагодженню вертикальних та горизонтальних зв'язків у галузях та виробництвах, в тому числі зовнішньо-економічних. Товари в умовах ринку проникають в усі країни, здійснюється обмін товарами на світових ринках та за світовими цінами.

5. Сануюча (оздоровча) – оздоровлюючу роль ринок відіграє шляхом очищення суспільного виробництва від економічно неспроможних, слабких підприємств, не здатних задовольняти ринкові потреби у певній продукції. А ринок потребує нової, прогресивної, якісної та конкурентної за ціноюпродукції. Томуринок об'єктивно створює умови для виживання найбільш ефективних виробників.

6. Інформативна – в ринковій економіці ціни є індикатором і покажчиком суспільно необхідних витрат на виробництво продукції, її якість, асортимент, обсяги виробництва. Вони відображають співвідношення попиту і пропозиції в конкретний момент часу, дозволяють підприємствам приймати рішення щодо збільшення чи зменшення обсягів виробництва, його інноваційне оновлення та ін.

7. Контролююча – за допомогою ринку споживачі "контролюють" виробництво, оскільки саме на ринку виявляється, наскільки потрібні суспільству вироблені товари. Якщо споживачі їх купують, то це підтверджує,

що затрати праці на їх виробництво є суспільно необхідними.

Крім перелічених функцій ринку виділяють ще й його *ціноутворюючу* функцію, *відтворювальну*, *спонукальну*, *посилення конкуренції*, але вони втій чи іншій мірі перегукуються та взаємозв'язані із зазначеними.

Ринок є достатньо ефективним способом організації економічного життя, але не слід перебільшувати його значення і вважати панацеєю від неефективного господарювання.

У сьогоднішніх умовах, особливо у нашій країні, він потребує регулювання збоку державних інституцій та підтримки певних суб'єктів господарювання, галузей і виробництв.

2. Структура і види ринків

Функціонування ринку пов'язане із взаємодією різних його об'єктів та суб'єктів. В обігу перебуває значна кількість товарів, послуг, вироблених підприємствами різних галузей, організаційно-правових форм господарювання та ін. Споживають ці товари і послуги як окремі громадяни, так іпідприємства, організації, державні установи. При цьому такий обіг відбувається не лише всередині країни, але й виходить за її межі. На підставі цього формується складна структура ринку.

Структура ринку – це сукупність та взаємодія окремих елементів ринку, а також співвідношення між ними (рис.3.2).

В залежності від кількості та складу цих елементів розрізняють різні*види ринків.*

Об'єктний склад ринку.

Ринок засобів виробництва – економічні відносини між різними суб'єктами підприємницької діяльності з приводу купівлі-продажу та використання *засобів* (машин, устаткування, обладнання) та *предметів праці*, (енергії, палива, сировини, матеріалів).

Суб'єктами такого ринку є фізичні та юридичні особи, які займаються підприємництвом, а також державні чи комунальні заклади (*наприклад*, освіти, охорони здоров'я, державного управління). Розвинена торгівля засобами виробництва, на відміну від їх централізованого розподілу, сприяє розвитку підприємницької діяльності, зацікавленості виробників у найбільш ефективному використанні матеріально-технічних ресурсів.

Попит на засоби виробництва залежить від ринкового попиту на товари споживання, послуги, для виготовлення яких використовуються ці засоби виробництва, а обсяг пропозиції – від рівня ринкових цін на засоби виробництва, а також цін на споживчі товари і послуги; *наприклад*, зростання попиту на інтернет - комунікації викликав до життя сучасні засоби зв'язку (мобільні телефони, смартфони, айфони) та інтернет - технології.

Ринок предметів споживання і ***ринок послуг*** призначені для задоволення споживчих (фізіологічних, соціальних) потреб населення. Суб'єктами цього ринку є все населення країни, яке є споживачем економічних

благ. Населення зі свого боку впливає на виробників, «вимагаючи» від них нових товарів, більш якісних і доступних послуг тощо.

Ринок праці є сукупністю соціально-економічних відносин між роботодавцями і найманими працівниками щодо купівлі-продажу і використання робочої сили. Перші з них задовольняють попит наробочу силу, а другі - потребу в роботі за наймом як джерела доходів. Ринок праці складається з попиту на робочу силу і одночасно з пропозиції робочих місць.

Суб'єктами ринку праці є наймані працівники, підприємці-роботодавці, громадські організації (професійні спілки, асоціації), а також опосередковано держава.

Ринок нерухомості спрямований на задоволення виробничих та особистих потреб споживачів. Об'єктами цього ринку є земельні ділянкита майнові об'єкти на них; суб'єктами - фізичні та юридичні особи, які можуть купувати об'єкти нерухомості (земельні ділянки, виробничі приміщення, будівлі, житло)згідно чинного законодавства.

Фінансовий ринок – це сукупність економічних відносин щодо купівлі - продажувільнихгрошових коштів та їх перетворення на грошовий капітал. Він скеровує вєдине русло рухвільних грошовихкоштівгосподарюючихсуб'єктів, населення; цінних паперів та інших форм капіталу.

В розвиненій ринковій системі саме фінансовий ринок створює ефективний механізм залучення та перерозподілу вільних грошових коштів для забезпечення фінансовими ресурсами суб'єктів бізнесу, соціально-економічного розвитку суспільства.

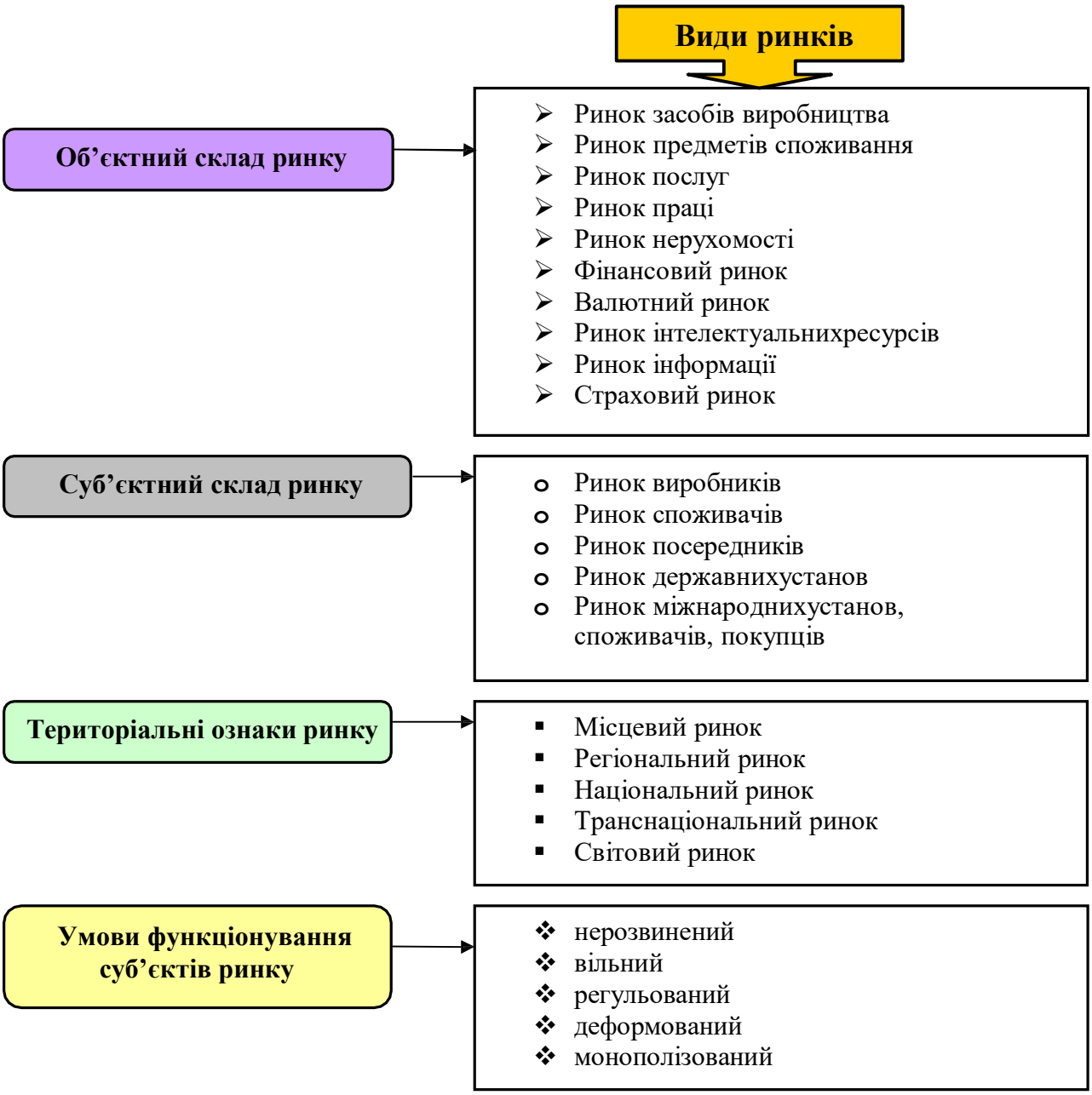


Рисунок 3.2 – Структура і види ринків

Джерелом пропозиції капіталу на фінансовому ринку є комерційні та інвестиційні банки, пенсійні фонди, страхові компанії, а попит формують підприємницькі структури, уряд держави та населення. Вони також можуть бути і продавцями грошових коштів.

У складі фінансового ринку виділяють *ринок цінних паперів,* об'єктами якого є акції, облігації, ощадні сертифікати, векселі тощо, які мають власну вартість і можуть розміщуватися, обертатися і погашатися на фондовому ринку. Суб'єктами відносин на ринку цінних паперів є учасники, які здійснюють емісію (випуск) та інші операції з цінними паперами.

Валютний ринок – сукупність економічних відносин щодо купівлі – продажу іноземних валют і платіжних документів (чеків, векселів, акредитивів, телеграфних і поштових переказів в іноземній валюті).

Валютний ринок сприяє розширенню доступу до валютних ресурсів для всіх суб'єктів ринку. Операції з купівлі-продажу іноземної валюти здійснюються за ринковим курсом, який формується на основі попиту і пропозиції.

Ринок інтелектуальних ресурсів – це економічні відносини між різними господарюючими суб'єктам з приводу купівлі-продажу та використання інтелектуального капіталу: ліцензій, патентів, комп'ютерних програм, товарних знаків, авторських прав та ін. Для ефективного функціонування цього ринку необхідним є створення дієвої нормативно-правової бази для захисту і впровадження ноу-хау, патентівна винаходи, товарних знаків, авторських прав, нових моделей і зразків промислового устаткування.

Ринок інформації об'єднує діяльність його суб'єктів з приводу обігу специфічного товару – *інформації.* Саме вона є об'єктом купівлі - продажу, а саме: інформація про конкурентів, рівень витрат, організацію виробництва, особливості формування запасів, реклама тощо. Від обсягу та якості інформації залежать якість прийнятого рішення, підвищення конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності.

Страховий ринок – це сукупність соціально-економічних відносин щодо купівлі-продажу та організації надання страхових послуг. На цьому ринку об'єктами купівлі-продажу є страхові послуги (страховий захист), а суб'єктами страховики, страхувальники, страхові посередники та держава.

Суб'єктами ринку є:

- *виробники* (підприємства, фірми, організації, об'єднання підприємств, банки, неприбуткові організації);
- *споживачі* (населення, домашні господарства);
- *державні установи* (державні чи комунальні освітні заклади, заклади культури, органи державного управління тощо);
- *суб'єкти міжнародних господарських відносин* (споживачі назовнішньому ринку, виробники товарів і послуг за межами країни, організації та установи інших держав та ін.).

Територіальні ознаки ринку.

Місцевий ринок охоплює територію окремого населеного пункту (селища, міста) або району.

Регіональний ринок – це сукупність усіх ринків в межах однієї адміністративної області країни або їх сукупності (*наприклад*, ринок південного або центрального регіону України).

Національний ринок – це сукупність всіх ринків вмежах території певної країни.

Транснаціональний ринок охоплює територію кількох держав або континентів (*наприклад*, ринок східної Європи, азійський ринок).

Світовий ринок включає в себе ринки багатьох країн незалежно від місця їх розташування.

Умови функціонування суб'єктів ринку.

Нерозвинений ринок характеризується випадковістю ринкових відносин, товарним (бартерним) характером обміну.

Вільний ринок неслід ототожнювати із стихійним, хаотичним ринком. "Вільний" в цьому контексті означає існування безлічі виробників, які конкурують між собою, вільний вибір видів господарської діяльності, необмежений рух виробничих ресурсів, відсутність суб'єктивних чинників впливу на ціни, не обтяженість ринку втручанням державних структур, відсутність монополій та ін. Такий ринок має одного "диктатора" - споживача. У "чистому вигляді" сьогодні практично не існує.

Регульований ринок передбачає втручання держави у ринкові відносини за допомогою різних важелів (механізм ціноутворення, державні замовлення, податки, інвестиції в різні галузі тощо). Однак надмірне втручання держави веде до деформації ринку.

Деформований ринок пов'язаний із надмірним втручанням держави у ринкові відносини, що призводить до втрати самостійності у веденні бізнесу, надмірної централізації розподілу ресурсів, незбалансованості попиту і пропозиції, монополізму виробника, порушення грошового обігу, інфляції, розквіту тіньової економіки та ін.

Монополізований ринок характеризується ринковою владою одного виробника або покупця, яка виявляється у контролі над ціноутворенням, незначною кількістю виробників, недостатністю ринкової інформації, обмеженим доступом до виробничих ресурсів. Особливо слід виділити *державну монополію*, за якої відбувається централізація виробничих ресурсів, товарів, послуг, монополізується державна власність, відсутня самостійність у бізнесовій діяльності, має місце централізоване суб'єктивне ціноутворення, порушення законів грошового обігу, відсутність мотивації до праці, існування бюджетного дефіцитутощо.

Всі види ринків мають місце на певному етапі розвитку суспільного виробництва у державі або співіснують в економічній системі. *Наприклад*, в державі може існувати вільний ринок предметів споживання і послуг, але монополізований в енергетичних галузях.

3. Типи ринкової структури

Типи ринкових структур виділяються на основі ряду *ознак галузевих ринків:*

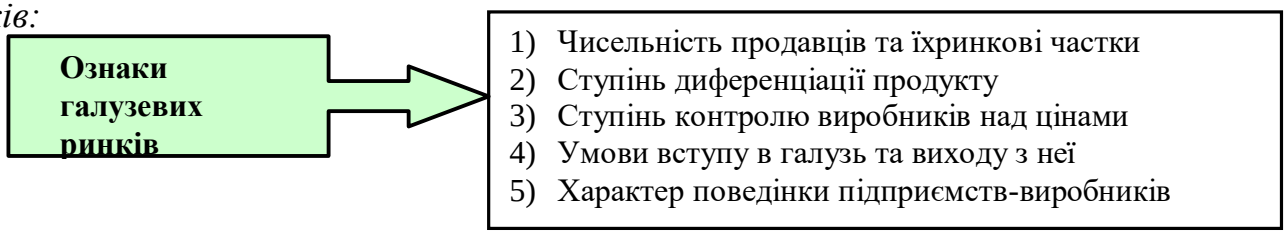


Рисунок 3.3 – Ознаки галузевих ринків

На основі складу цих ознак, їх поєднання та співвідношення формуються різні типи галузевих ринків, які характеризуються різним ступенем конкуренції, а саме:

1. Ринок досконалої конкуренції є ринковою структурою, яка характеризується великою кількістю невеликих підприємств і фірм, які не впливають на ринкову ціну.

Ознаками такого ринкує:

– *Значна кількість покупціві продавців*, ринкові частки яких настільки малі, що вони повністю функціонують під впливом ринкових сил і не можуть впливати на ринкові ціни;

– *стандартизація продукції*, тобто однорідність продукції різних виробників; у споживачів немає підстав віддавати перевагу продукціїтого чи іншого виробника;

– *прозорість ринку* – галузь характеризується вільним доступом до інформації про ціни, ресурси та ін.;

– *вільний вхід в галузь та вихід з неї*; означає відсутність будь-яких перешкод для започаткування новими підприємствами свого бізнесу в галузі, а функціонуючим - припинення своєї діяльності.

Перевагами досконалої конкуренції є максимальне задоволення потреб споживачів на основі раціонального розподілу обмежених виробничихресурсів.

Недоліки: стандартизовані товари не в повній мірі задовольняють диференційовані споживчі потреби, обмежені можливості для впровадження нових технологій через відсутність прибутків у виробників.

2. Ринок монополістичної конкуренції характеризується ринковою владою продавців диференційованого товару, які конкурують між собою за обсяги продажів, тобто за споживачів.

Ознаками такого ринку є:

– *диференціація продукту* – товар конкретного виробника маєсвої унікальні особливості, однак існує можливість його заміщення іншими товарами, що призводить до виникнення обмеженої ринкової влади;

– *велика кількість продавців*, достатня для забезпечення конкурентноїгалузі, але менша, ніж за досконалої конкуренції; при цьому єбільшою ринкова частка кожного виробника, а це обумовлює його здатність впливати на ринковий попит;

– *відсутність бар'єрів входження в галузь* зберігається за рахунок відсутності легальних технологічних та законодавчих перешкод.

3. Ринок чистої монополії – тип ринкової структури, який характеризується концентрацією всієї галузевої пропозиції в одного виробника (продавця).

Особливостями такого ринку є:

- *єдиний виробник (продавець)*, який забезпечує весь обсяг галузевої пропозиції;
- *відсутність товарів-замінників*, принаймні, близьких;
- *контроль над цінами* через відсутність інших виробників або

продавців;

– *обмеження входження інших підприємств у галузь* внаслідок існування технологічних або законодавчих бар'єрів (патенти, ліцензії тощо).

4. Олігополістичний ринок характеризується функціонуванням незначної кількості підприємств, а галузеві вхідні бар'єри є досить високими і тому проникнення в галузь утруднене.

Ознаками такого оринку є:

– *обмежена кількість підприємств*, які поділили між собою галузевий ринок;

– *наявність бар'єрів*, які перешкоджають входженню в галузь нових підприємств і фірм; такі бар'єри можуть бути формальними (наявність ліцензій, патентів), так і економічними (високі витрати, ефект масштабу);

– *взаємозалежність між усіма підприємствами* - олігополістами, особливо в питаннях контролю над цінами;

– *кількість підприємств - виробників є досить малою* в порівнянні зрозмірами ринку, однак концентрація виробництва на кожному з них є високою.

Висока концентрація виробництва на окремих підприємствах галузі призводить до того, що вони можуть впливати на формування ринкової рівноваги, тобто мають певний вплив на ринок - ринкову владу.

Ринкова влада – здатність виробника або споживача впливати на ринкову ціну.

Ринкова влада має місце тоді,коли:

– *висока частка підприємства у галузевій пропозиції*; при зростанні цієї частки ринок стає більш чутливим до зміни підприємством обсягів випуску продукції і його вплив на ринкову ціну сильніший;

– *еластичність ринкового попиту*; висока еластичність попиту обмежує можливості підприємства у вільному ціноутворенні, а при зниженні еластичності попиту на продукцію підприємства воно стає вільним у формуванні ціни без негативних наслідків ринку;

– *відсутність товарів - замінників*; сприяє зміцненню ринкової влади підприємства через його «ексклюзивну» можливість задовольнити певну ринкову потребу;

– *характер взаємодії підприємств в галузі*; якщо вони перебувають у змові щодо обсягів галузевої пропозиції або ціни, то ринкова влада кожного підприємства зростає.

Якщо підприємство має ринкову владу, то це *не означає*, що воно може довільно встановлювати ціни на свою продукцію. Ринкова ціна встановлюється ще й під дією ***закону попиту***. То ж підприємство, навіть наділене ринковою владою, може вибирати відповідний для кожного рівня ціни обсяг пропозиції. Воно може підвищити ціну на свою продукцію, скоротивши її пропозицію, і навпаки, збільшуючи пропозицію, воно повинно буде знижувати ціну. Тому ринкова влада підприємства - виробника є його здатністю впливати на ціну шляхом регулювання обсягів свого виробництва.

4. Ринкова інфраструктура, її складові елементи

Виробничі підприємства «відповідають» за створення товарів і послуг для задоволення потреб ринку. Однак, вони не існують відокремлено від інших суб'єктів ринку, які забезпечують доведення цих товарів до конкретних споживачів (торгівельні посередники, біржі, ярмарки, торгові доми та ін.) та виконують інші спеціалізовані функції (банки, лізингові і рекламні компанії, страхові установи тощо). Сукупність згаданих інститутів утворюють ринкову інфраструктуру.

Ринкова інфраструктура є сукупністю особливих інститутів, які виконують функції надання спецйіалізованих послуг суб`єктам господарювання з метою створення для них нормальних умов для функціонування, найкращої реалізації їх інтересів.

Ринкова інфраструктура як сукупність інституцій має певні ***ознаки:***

– інфраструктура має *загальноекономічне призначення*, тобто її елементи можуть в однаковій мірі використовуватись всіма суб'єктами ринкових відносин;

– об'єкти ринкової інфраструктури вимагають *значних початкових інвестицій* на їх створення, причому термін окупності таких фінансових вкладень значний;

– об'єкти ринкової інфраструктури *одночасно використовуються* всіма суб'єктами ринку;

– ринкова інфраструктура суттєво *впливає на ефективність процесу виробництва* матеріальних благ, хоча не є його безпосереднім учасником;

– сукупність об'єктівринкової інфраструктури є *мінливою* і залежитьвід етапів економічного розвитку суспільства.

Продуктом ринкової інфраструктури є ***посередницька послуга*** – особливий товар, який існує тільки в момент його виробництва. Надаючи різноманітні посередницькі послуги споживачам, підприємствам, установам, організаціям, суб'єкти ринкової інфраструктури виконують ряд важливих функцій.

Серед таких ***функцій*** можна виділити:

- доведення товару до безпосереднього споживача;
- забезпечення зворотного зв'язку між виробництвом і споживанням;
- перерозподіл ресурсів між різноманітними галузями і всередині них через обслуговування ринку цінних паперів;
- акумулювання тимчасово вільних коштів, регулювання грошового обігу.

Елементи ринкової інфраструктури породжені самими ринковими відносинами і поділяються на (рис.3.4):

Біржа є місцем укладання угоди між продавцями і покупцями.

Товарні біржі функціонують на ринку товарів. Тут укладаються угоди з продажу як наявних товарів за представленими зразками, а і угоди із

зобов'язаннями постачати товари, які мають бути вироблені в майбутньому, тобто продаються і купуються не самі товари, а контракти на їх постачання.

Фондові біржі забезпечують обіг цінних паперів: акцій підприємств, компаній, облігацій, які випускаються урядом країни, органами місцевого самоврядування, комунальними підприємствами, приватними компаніями. Купівля-продаж цінних паперів відбувається на основі їх біржового курсу.

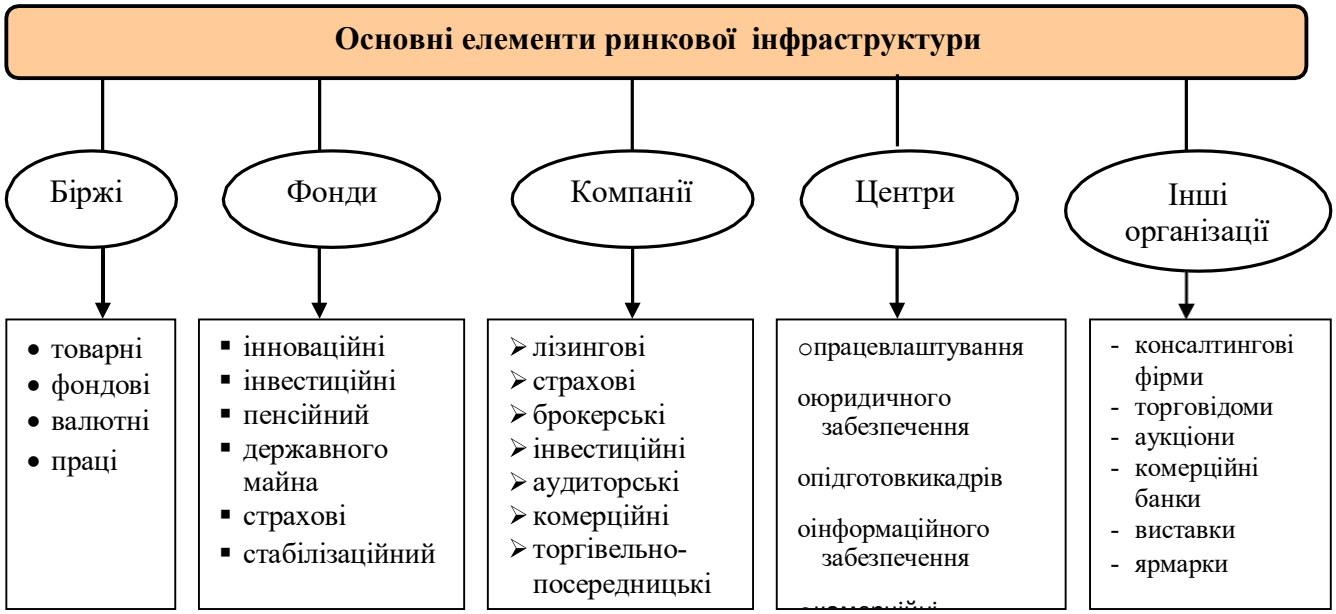


Рисунок 3.4 – Елементи ринкової інфраструктури

Біржа праці – це організація, яка спеціалізується на виконанні посередницькихопераций між підприємцями і працівниками з приводукупівлі - продажу робочої сили. Вона дозволяє працівникам скоротити час на пошук місця роботи, допомогти їм змінити місце роботи, перекваліфікуватись та ін.

Фінансово-кредитні посередники як елементи ринкової інфраструктури виконують функцію мобілізації тимчасово вільних коштів та спрямування їх на кредитування підприємницьких структур. До таких структур належать банки (Національний банк України, комерційні, інвестиційні, іпотечніта ін.), страхові компанії, фонди, наділені правом здійснення комерційної діяльності.

Небанківські фінансові інститути – це установи кредитної системи небанківського типу, які акумулюють грошові кошти населення, підприємств, держави, спеціалізуються на виконанні певних операцій або обслуговують обмежене коло клієнтів. Найбільш поширеними небанківськими фінансовими установами є: страхові компанії, пенсійні фонди, інвестиційні фонди, фінансові компанії, кредитні спілки, ломбарди, лізингові компанії та ін.

Оскільки головною функцією інфраструктури є забезпечення всього економічного процесу, її також можна розглядати на ***трьох рівнях***: мікро-, мезо- та макрорівнях.

На *мікрорівні (рівні окремого суб'єкта господарювання, галузі)* інфраструктуру слід розглядати як сукупність інженерно-технічних об'єктів, які створюють матеріально-речові умови для функціонування окремих підприємств або галузей та сприяють протіканню у них відповідних технологічних процесів (енерго- і теплопостачання, водопостачання та водовідведення, внутрішньо заводський транспорт тощо).

На *мезорівні (певної території)* інфраструктура є сукупністю як матеріально-речових елементів (дороги, енерго-, водо-, теплопостачання, зв'язок та ін.), так і певних інститутів(заклади охорони здоров'я, культури, відпочинку тощо), які знаходяться на певній території і забезпечують належні умови життєдіяльності її населення.

На *макрорівні (ринку в цілому)* інфраструктура розглядається як сукупність загальних для всього суспільства економічних та соціальних умов, які забезпечують його повноцінне функціонування та задоволення потреб його членів, їх розвиток.Інфраструктура цього рівня є дуже складною і об'єднує в собі такі види:

- виробнича інфраструктура (транспорт, зв'язок, наука, електроенергетика, дорожнє господарство та ін.);
- соціально-побутова (житлово-комунальне господарство, соціальне забезпечення населення, освіта, охорона здоров'я тощо);
- інституціональна (банки,страхові компанії, біржі, фонди та ін.).

Кожен із цих видів інфраструктури відіграє свою роль у суспільному житті та розвитку ринку, але їх об'єднує те, що потребу у них мають всі без винятку види діяльності та населення.

Ринкова інфраструктура сьогодні є визначальним чинником забезпечення ефективного розвитку економіки держави. Від ступеня її розвиткузалежать інвестиційна привабливість регіонів, виробництв та ринкових суб'єктів, темпи розвитку суспільного виробництва.

В Україні, на жаль, на сьогоднішній день не всі елементи ринкової інфраструктури одержали належний розвиток. Складність процесу формування сучасної інфраструктури в Україні зумовлена низкою обставин:

- багато інституцій інфраструктури лише формуються, це, насамперед, фінансові посередники, які ще не повністю виконують свої функції - залучення вільних коштів та їх інвестування в економіку;
- деякі інститути відроджуються, *наприклад*, біржові; фондові біржі не функціонують на повну силу через несформований фондовий ринок, останній не єбарометром стану економіки;
- зазнають серйозних змін деякі інститути, *наприклад*, банки, пристосовуючись до виконання нових функцій в інфраструктурі ринкової економіки (інвестування, іпотека);
- відсутність стійкого та повного законодавчого забезпечення ринкових перетворень в Україні.

Досвід функціонування розвинутих економічних систем свідчить, що відставання розвитку інфраструктури від темпів розвитку галузей

промислового виробництва призводить до гальмування всього процесу виробництва та розвитку інших сфер економіки, а це тягне засобою погіршення якості життя населення, зростання суспільної напруги та інших негативних наслідків.

5. Характеристика продукції підприємства.

Важливо зважити на те, що ступінь задоволення потреб ринку можна охарактеризувати виходячи насамперед з показників обсягу товарів певної номенклатури й асортименту в натуральному вигляді.

Номенклатура продукції – це перелік найменувань виробів, завдання з випуску яких передбачено планом виробництва продукції.

Асортимент – це сукупність різновидів продукції кожного найменування, що різняться за відповідними техніко-економічними показниками (за типорозмірами, потужністю, продуктивністю, дизайном тощо). Номенклатура й товарний асортимент включають традиційну продукцію, попит на яку зберігається, а також нову продукцію, дослідні зразки принципово нових виробів.

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

Обсяг продукції у вартісному виразі на більшості підприємств різних галузей виробничої сфери визначається показниками товарної, валової, чистої продукції.

Товарна продукція є зазвичай вартісним показником, 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, а також обчислювати низку макро- економічних та узагальнюючих похідних показників розвитку національної економіки.

$$ТП = ГВ + НФ + П_п, \qquad (3.1)$$

де ТП – товарна продукція у вартісному виразі;

ГВ – сума обсягів готових виробів для реалізації споживачам;

НФ – напівфабрикати власного виготовлення, призначені для реалізації замовникам;

$П_п$ – послуги промислового характеру, які реалізуються споживачам.

Показник *валової продукції*, окрім елементів, які входять до складу товарної продукції, включає також зміну залишків незаве ршеного виробництва протягом розрахункового періоду, вартість сировини й матеріалів замовника та деякі інші елементи залежно від галузевих особливостей виробничої діяльності

підприємства Причому динаміка залишків незавершеного виробництва враховується лише на тих підприємствах машинобудування та металообробки, де тривалість виробничого циклу для переважної більшості видів продукції значна. Слід також знати, що обсяг валової продукції виробничого об'єднання, у складі підприємства або інші виробничі ланки перебувають на самостійному балансі, визначається за сумою відповідних їх показників.

$$ВП = ТП\text{-}ЗНВ_0 + ЗНВ, + ВСМ_З \quad (3.2)$$

де ВП – валова продукція:

$ЗНВ_0$ – залишки незавершеного виробництва на початок року;

ЗНВ, – залишки незавершеного виробництва на кінець року;

$ВСМ_З$ – вартість сировини і матеріалів замовника.

$$ЧП = ТП\text{-}В_М \quad (3.3)$$

де ЧП – чиста продукція;

$В_м$ – матеріальні і прирівняні до них витрати на виробництво річного обсягу продукції.

Питання для самоконтролю

1. Розкрийте сутність поняття “ринок”.
2. Назвіть умови функціонування ринку.
3. В чому полягають функції сучасного ринку?
4. Які види ринків Ви знаєте?
5. Наведіть умови функціонування суб’єктів ринку.
6. Вкажіть ознаки галузевих ринків.
7. Порівняйте ознаки різних типів галузевих ринків.
8. Охарактеризуйте основні елементи ринкової інфраструктури.
9. Чи всі елементи ринкової інфраструктури одержали належний розвиток в Україні? Наведіть приклади.
10. В чому полягає різниця між номенклатурою та асортиментом продукції?

Тестові завдання для самоконтролю

1. Умовами функціонування ринку є:

а) економічні;

б) соціальні;

в) правові;

г) соціально-психологічні;

д) усі відповіді правильні.

2. Соціально-економічні відносини між відособленими виробниками і споживачами в процесі обміну продуктами або послугами (за допомогою цих відносин визначається суспільна цінність товарів, відображена у їх ціні) - це:

а) сучасний ринок;
б) ринок;
в) ринкова економіка.

3. Сукупність соціально-економічних відносин між роботодавцями і найманими працівниками щодо купівлі-продажу і використання робочої сили - це:

а) ринок засобів виробництва;
б) ринок предметів споживання;
в) ринок послуг;
г) ринок праці.

4. Споживачі назовнішньому ринку, виробники товарів і послуг за межами країни, організації та установи інших держав та ін. – це:

а) суб'єкти міжнародних господарських відносин;
б) виробники як суб'єкти ринку;
в) споживачі як суб'єкти ринку;
г) державні установи як суб'єкти ринку.

5. *Ринок монополістичної конкуренції характеризується:*

а) великою кількістю невеликих підприємств і фірм, які не впливають на ринкову ціну;

б) ринковою владою продавців диференційованого товару, які конкурують між собою за обсяги продажів, тобто за споживачів;

в) концентрацією всієї галузевої пропозиції в одного виробника (продавця);

г) функціонуванням незначної кількості підприємств, а галузеві вхідні бар'єри є досить високими і тому проникнення в галузь утруднене.

6. Сукупність різновидів продукції кожного найменування, що різняться за відповідними техніко-економічними показниками (за типорозмірами, потужністю, продуктивністю, дизайном тощо) – це:

а) асортимент;
б) номенклатура продукції;
в) товарна продукція.

7. У практиці планування та обліку обсягу продукції іноді використовують*:*

а) умовно-натуральні показники;
б) натуральні показники;
в) подвійні натуральні показники;
г) усі відповіді правильні.

ТЕМА 4. ОСНОВНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА

План

1. Економічна сутність, класифікація і структура основного капіталу.
2. Поняття, класифікація і структура основних засобів підприємства.
3. Облік і оцінка основних засобів
4. Види та показники зношування основних фондів. Ремонт основних фондів, види ремонту.
5. Амортизація основних засобів
6. Напрямки відтворення основних фондів
7. Показники ефективності відтворення і використання основних засобів.

1. Економічна сутність, класифікація і структура основного капіталу.

Економічні суб'єкти (корпорації, підприємства, індивідуальні виробники) для здійснення виробничого процесу повинні використовувати певні ресурси: матеріальні, трудові, природні, інформаційні та грошові. Важливого значення при цьому набувають засоби виробництва.

Засоби виробництва – це сукупність усіх елементів, що беруть участь у процесі виготовлення продукції. Вони поділяються на ***засоби праці*** (верстати, машини, печі тощо) і ***предмети праці***(сировина, матеріали, напівфабрикати та ін.).

Необхідною умовою реалізації основної мети підприємства – отримання прибутку – є відтворення капіталу, що охоплює стадії інвестування, виробництва і реалізації.

У процесі свого використання капітал перебуває в постійному русі як у межах діяльності окремого підприємства, так і в економічній системі країни в цілому. Процес такого постійного руху характеризується терміном ***"оборот капіталу"***, під яким розуміється процес безперервного руху капіталу в економічній системі, що супроводжується послідовним перетворенням однієї його форми в іншу.

У процесі обороту різні види капіталу характеризуються різною інтенсивністю руху. Одна частина виробничого капіталу у формі предметів праці використовується у процесі виробництва продукції протягом тільки одного виробничого циклу (сировина, енергія тощо), інша його частина – засоби праці – функціонує протягом багатьох виробничих циклів (будівлі, устаткування тощо).

За формами авансування залученого капіталу в активи підприємства його поділяють на основний і оборотний.

Оборотний капітал визначає ту частину капіталу, що авансується в предмети праці, використовується тільки в одному виробничому циклі і повертається на підприємство за один оборот.

Основний капітал формує ту частину активів підприємства, що беруть участь у багатьох виробничих циклах, частинами переносячи свою вартість на вартість готової продукції. Основні активи становлять виробничу основу підприємств (будівлі, споруди,машини, устаткування, ін.) – звідси їх назва.

На відміну від оборотних, основні активи не беруть участі в обороті коштів. Свою вартість вони відтворюють через оборотні активи, поступово переносячи її на вартість виробленої продукції.

Отже, основні активи знаходяться поза безпосереднім оборотом коштів. Звідси – ще дві їх назви: "необоротні", або «позаоборотні» активи.

Подібний за значенням зміст має й англомовна термінологія.

Основний капітал (основні активи) називають "базовим" – basic capital (basic assets), або "фіксованим", тобто "нерухомим" – fixed capital (fixed assets).

Конкретними формами основного капіталу (необоротних активів) на підприємстві є основні засоби, нематеріальні активи, фінансові інвестиції (рис. 4.1).

Необоротні активи – це матеріальні, нематеріальні та фінансові ресурси, призначені для реалізації чи використання протягом терміну, що більший за дванадцять місяців з дати балансу чи операційний цикл.

Критеріями визнання необоротних, як і всіх інших, активів є:

– існує ймовірність того, що підприємство отримає в майбутньому економічні вигоди, пов'язані з використанням об'єкта: у виробництві товарів чи наданні послуг, призначених для реалізації підприємством; для обміну на інші активи; для погашення заборгованості; для розподілу між власниками підприємства;

– його вартість може бути достовірно визначена.

2. Поняття, класифікація і структура основних засобів підприємства.

Матеріально-речовою формою основного капіталу підприємства є його основні засоби.

Відповідно до НП(С)БО 7 ***основні засоби*** – це матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва чи доставки товарів, надання послуг, здачі в оренду іншим особам чи для виконання адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний термін корисного використання (експлуатації) яких більше одного року.

Для цілей оподаткування у Податковому кодексі надане наступне визначення: ***основні засоби*** – це матеріальні активи, у тому числі запаси корисних копалин, наданих у користування ділянок надр (крім вартості землі, незавершених капітальних інвестицій, автомобільних доріг загального користування, бібліотечних і архівних фондів, матеріальних активів, вартість яких не перевищує 20 000 грн, невиробничих основних засобів і нематеріальних активів), що призначаються платником податку для використання у господарській діяльності платника податку, вартість яких перевищує 20 000 грн і поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом та очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких з дати введення в

експлуатацію становить понад один рік (або операційний цикл, якщо він довший за рік).



Рисунок 4.1 – Форми основного капіталу

Основні засоби не змінюють своїх форм і розмірів, а їх вартість не має бути меншою встановленої державою межі.

Основні засоби підприємств характеризуються тривалим, понад один рік, терміном використання. Для чіткого обліку та оцінки ефективності використання основні засоби необхідно правильно класифікувати.

Найбільш поширеним і використовуваним є наступний поділ основних засобів (згідно НПСБО 7 « Основні засоби», Податкового кодексу):

Таблиця 4.1 – Поділ основних засобів (згідно НПСБО 7 « Основні засоби», Податкового кодексу)

Група	Назва	Мінімально допустимі строки корисного використання, років
1	Земельні ділянки	-
2	Капітальні витрати на поліпшення земель, не пов'язані з будівництвом (витрати на меліорацію, іригацію, осушення, збагачення та інші види поліпшень природних властивостей ґрунту)	15
3	Будівлі (корпуси цехів, житлових будинків, адміністративно-господарських приміщень, закладів громадського харчування, торгівлі та ін.)	20
	Споруди (греблі, тунелі, естакади, мости,залізничні колії, дороги для технологічного автотранспорту промислових підприємств, майданчики, тротуари та пішохідні зони, асфальтове покриття навколо будівель, яке виконує окремі функції. Приклад — стоянка для службових автомобілів)	15
	Передавальні пристрої (лінії електропередачі, трубопроводи, водопроводи, теплові та газові мережі, лінії зв'язку тощо)	10
4	Машини та обладнання(машини і обладнання поділяються на: силові машини і обладнання (котли, двигуни); робочі машини і обладнання (верстати, преси, агрегати); вимірювальні та регулюючі прилади та пристрої, лабораторне обладнання; обчислювальна техніка), **з них:**	5
	електронно-обчислювальні 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, телефони (у тому числі стільникові), мікрофони і рації, вартість яких перевищує 20000 гривень	2
5	Транспортні засоби (це засоби внутріцехового, міжцехового і міжзаводського транспорту: автомобілі, тягачі, автонавантажувачі, електрокари, тепловози, вагони та ін.)	5
6	Інструменти, прилади, інвентар (меблі) (ручні та механізовані інструменти усіх видів, вимірювальні та ріжучі інструменти, пристосування (лещата, кондуктори, патрони і т. д.); виробничий інвентар – інвентарна тара, загорожі машин, контейнери, стелажі, робочі столи; господарський інвентар – предмети канцелярського і господарського призначення: меблі, протипожежні засоби, засоби забезпечення санітарного стану та ін.)	4
7	Тварини	6
8	Багаторічні насадження	10
9	Інші основні засоби	12
10	Бібліотечні фонди	-
11	Малоцінні необоротні матеріальні активи	-
12	Тимчасові (нетитульні) споруди	5
13	Природні ресурси	-
14	Інвентарна тара	6
15	Предмети прокату	5
16	Довгострокові біологічні активи	7

Класифікація основних засобів:

За галузевою ознакою:промисловості, сільського господарства, транспорту, зв'язку, будівельної галузі та ін.

За функціональним призначенням:

– *виробничі:* функціонують у сфері матеріального виробництва підприємства, безпосередньо беруть участь у виробничому процесі або сприяють його здійсненню та поділяються на: будівлі, споруди, передавальні пристрої, машини і обладнання, транспортні засоби, Інструменти, виробничий інвентар, господарський інвентар;

– *невиробничі*: використовуються у невиробничійсфері підприємства і призначені для обслуговування культурно-побутових і комунальних потреб працівників.

За належністю:власні, орендовані.

За використанням:діючі та недіючі.

Крім наведеної класифікації основних засобів, важливе значення має їх співвідношення за окремими видами, тобто їх ***структура.***

Співвідношення між вартістю окремих груп основних засобів та їх загальною вартістю, виражене у відсотках називають структурою основних засобів.

Видова (технологічна) структура основних засобів – це співвідношення їх активної та пасивної частин.

До активної частини належать основні засоби, які беруть безпосередню участь в процесі виробництва, визначають рівень технічної оснащеності праці, прямо впливають на величину виробничої потужності та обсяг випуску продукції підприємства (робочі машини і обладнання, прилади та інструменти, обчислювальна техніка).

До пасивної частини належать основні засоби, які опосередковано впливають на величину виробничої потужності та обсяг продукції, забезпечують нормальні умови для здійснення процесу виробництва (будівлі, споруди, інвентар та ін.). Прогресивною тенденцією у зміні технологічної структури основних засобів є зростання частки їх активної частини.

На видову структуру основних засобів підприємства впливають ряд ***чинників:***

- виробничі і матеріально-технічні особливості галузі;
- форми суспільної організації виробництва ;
- форми відтворення основних засобів;
- технічний рівень виробництва;
- рівень організації будівельних робіт;
- географія розміщення виробництва.

3. Облік і оцінка основних засобів

Облік і оцінка основних засобів здійснюється у натуральній і вартісній формах.

Натуральні показники обліку та оцінки використовуються для розрахунку виробничої потужності підприємства, для оцінки технічного складу і стану основних засобів, розробки балансів обладнання та ін.

Вартісна форма обліку та оцінки необхідна для визначення загальної суми вартості основних засобів, планування їх відтворення, структури, обчислення розмірів амортизації та калькулювання собівартості продукції.

Залежно від моменту оцінювання та стану основних засобів розрізняють такі види їх вартісної оцінки.

Первісна вартість – це фактичні витрати підприємства у момент придбання основних засобів і взяття їх на баланс.

Така вартість включає: ціну придбання основних засобів; суми ввізного мита; суми непрямих податків у зв'язку з придбанням (створенням) основних засобів (якщо вони не відшкодовуються підприємству); витрати на страхування ризиків доставки основних засобів; витрати на встановлення, монтаж, налагодження основних засобів; інші витрати, безпосередньо пов'язані із доведенням основних засобів до придатного для використання стану.

Первісна вартість основних засобів завжди є величиною сталою не залежно від коливань цін на засоби праці.

Відновлювальна (переоцінена) вартість – це вартість відтворення основних засобів в сучасних умовах. Вона містить ті ж самі витрати, що й первісна вартість, але за сучасними діючими цінами. Така оцінка проводиться з метою приведення до порівнюваного стану вартості основних засобів, введених в експлуатацію в різні роки. Відмінність у вартості основних засобів викликана інфляцією, наслідками науково-технічного прогресу та ін.

Залишкова вартість – це різниця між вартістю, за якою основні засоби були взяті на баланс підприємства (первісною або переоціненою), та сумою зношення. Залишкова вартість показує ту частину вартості основних засобів, яка ще не перенесена на вироблену продукцію.

Справедлива вартість – це первісна вартість основних засобів, одержаних в обмін. Вона дорівнює сумі, за якою об'єкт може бути оцінений в разі здійснення угоди між зацікавленими сторонами. Така вартість фактично є ринковою (реальною) вартістю основних засобів і встановлюється професійними експертами-оцінювачами. В разі неможливості такої оцінки, основні засоби обмінюються за відновною вартістю.

Ліквідаційна вартість (Вл) – це залишкова вартість основних засобів на час їх вибуття з експлуатації, спричиненого зношенням. За цією вартістю підприємство може реалізувати основні засобів, списати, передати на баланс іншому підприємству.

4. Види та показники зношування основних фондів. Ремонт основних фондів, види ремонту.

В процесі експлуатації основні засоби підприємства зношуються.

Зношування основних засобів – це втрата ними своєї вартості, тобто їх старіння у фізичному та економічному розумінні.

Зношення основних фондів визначається за повний календарний рік відповідно до встановлених норм. Нарахування зношення не проводиться понад 100% вартості основних засобів. Нараховане зношення у розмірі 100% вартості

основних засобів, які придатні для подальшої експлуатації, не може бути підставою для їх списання внаслідок зношення.

Розрізняють фізичне і моральне зношення основних засобів.

Фізичне зношування **–** це втрата основними засобами своїх споживчих властивостей, внаслідок чого вони перестають задовольняти поставленим до них вимогам.

Фізичне зношування може мати місце внаслідок експлуатації основних засобів (спрацювання деталей, вузлів, блоків), а також в процесі їх бездіяльності під впливом зовнішнього середовища (атмосферні явища, корозія).

Фізичне зношування основних засобів може бути:

– *усувним* (ліквідовується шляхом проведення ремонтів різної складності);

– *неусувним* (призводить до повного руйнування основних засобів та їх ліквідації).

Чинники впливу на фізичне зношування основних засобів:

– якість основних засобів (досконалість конструкції виробу, дотримання технології в процесі його виготовлення, якість матеріалів і комплектуючих);

– умови експлуатації основних засобів (ступінь завантаження, якість і своєчасність технічного догляду і ремонтів, режим роботи тощо).

Коефіцієнт фізичного зношування основних фондів не може перевищувати 1.

Моральне зношування **–** це передчасне, до закінчення строку фізичної служби, знецінення основних засобів, яке призводить до втрати доцільності їх використання.

Розрізняють моральне зношування основних фондів I і II роду.

– *Моральне зношування I роду* викликане здешевленням відтворення основних засобів в сучасних умовах внаслідок підвищення продуктивності праці у галузях-виробниках засобів праці. Знижуються витрати на виготовлення основних засобів.

– *Моральне зношування II роду* – це часткова втрата основними засобами своєї вартості в результаті створення і впровадження у виробництво більш продуктивних і економніших засобів праці. В такому випадку старі основні засоби перестають задовольняти потреби споживачів, їх використання стає економічно невигідним.

Усунути фізичне і частково моральне зношування основних засобівможна за допомогою їх ремонтів та модернізації.

Ремонт основних засобів **–** це відновлення фізичного зношування їх окремих конструктивних елементів (вузлів, деталей) та підтримання основних засобів у працездатному стані протягом всього терміну їх служби.

За економічним змістом ремонти поділяються на:

Поточний ремонт породжується випадковими поломками, що принципово не впливають на нормальне використання основних засобів. Він має характер дрібних налагоджувальних робіт, не відновлює основних засобів, а лише підтримує в робочому стані, тому не є формою їх відтворення. Витрати

на поточний ремонт є постійними і відносно рівномірними протягом усього періоду експлуатації основних засобів.

Капітальний ремонт породжується закономірним зношуванням основних засобів і спрямований на відновлення їх початкових експлуатаційних характеристик. Витрати на капітальний ремонт є значнобільшими і одноразовими. Вони визначаються заздалегідь і збільшують вартість основних засобів.

Відновний ремонт **–** особливий вид ремонту основних засобів, що породжується їх зруйнуванням в результаті стихійних лих, тривалої бездіяльності. Витрати на відновний ремонт фінансуються за рахунок резервного фонду, а за характером, обсягом та складністю робіт він відноситься до капітального будівництва.

За організаційно-технічними ознаками ремонти поділяються на:

– ***капітальний*** **–** передбачає повну розбірність агрегатів, заміну певних вузлів; проводиться у спеціалізованих цехах, часто супроводжується модернізацією**;**

– ***середній*** **–** є проміжним між капітальним і малим; проводить частіше, ніж капітальний і розбірність основних фондів складає близько третини;

– ***малий*** **–** є найменшим за обсягом і складністю; передбачає лише часткову розбірність і проводиться на місці основними робітниками або робітниками - ремонтниками; заміні підлягають не більше 15 % деталей.

Модернізація основних засобів – це внесення в конструкцію діючого обладнання змін, які підвищують його технічний рівень і покращують економічні характеристики.

Модернізація основних засобів, як правило, поєднується з їх капітальним ремонтом. Завдяки модернізації повністю або частково усувається моральне зношення II роду, діюче обладнання за конструктивними, технічними і економічними характеристиками наближається до нового, сучасного і продуктивного.

Модернізація, на відміну від капітального ремонту, який проводиться на старій технічній основі і є формою простого відтворення основних засобів, здійснюється з використанням новітніх технічних досягнень, підвищує економічну ефективність обладнання і тому є однією з форм їх розширеного відтворення.

5. Амортизація основних засобів

Амортизація (знос) – це систематичний розподіл вартості основних засобів по різним періодам протягом стоку його використання (експлуатації). Іншими словами, це поступове списання вартості ОЗ на витрати впродовж строку експлуатації. Однак серед ОЗ не амортизується земля. Причина в тому, що економічно амортизація є відображенням фізичного/морального зносу об’єкта, а земля – це відновний природний ресурс, який “зношуватися” й “морально старіти” не може. Окрім відображення фізичного/морального зносу у амортизації є інша важлива функція – правильне співставлення доході і

витрат по періодах. ОЗ використовуються декілька років, а отже, беруть участь у отриманні доходу теж декілька років. Списати одразу всю вартість ОЗ на витрати – це буде порушенням відповідності доходів і витрат по періодам, тобто бухгалтерського принципу нарахування. Після повної амортизації ОЗ залишкова (балансова) вартість ОЗ стає рівною нулю або ліквідаційній вартості, якщо така визначалася. Надалі об'єкт може використовуватися з такою вартістю або ж бути дооцінений. Може бути й узагалі списаний з балансу, якщо його використання неможливе.

Рахувати амортизацію основних засобів (табл.4.2) можна за п'ятьма методами, які наведено у таблиці нижче.

Де ПВ – первісна вартість

ЛВ – ліквідаційна вартість

А – амортизація

ЗВ – залишкова вартість

Амортизація МНМА (малоцінних необоротних матеріальних активів) (табл.4.3) та інших необоротних матеріальних активів по ОЗ (основним засобам) з групи інших необоротних активів вибір методів амортизації більш обмежений. Однак щодо МНМА є два додаткових – метод 50/50 та метод 100%, які зазвичай і використовуються.

6. Напрямки відтворення основних фондів

У процесі діяльності на підприємстві "створюються" основні засоби, потім вони використовуються, зношуються (амортизуються), відновлюються і заміщуються. Усі ці стадії пов'язані між собою і складають замкнутий цикл відтворення основних засобів.

Відтворення основних засобів – це постійне і безперервне відновлення засобів праці у натуральному і вартісному вираженні.

Розрізняють такі форми відтворення основних засобів:

– підтримання основних засобів у придатному для експлуатації стані;

– просте відтворення основних засобів (реновація);

– розширене відтворення основних засобів на існуючій та новій технічній основі.

Найскладнішим та масштабнішим є розширене відтворення основних засобів, яке має кілька напрямків.

– технічне переоснащення;

– реконструкція підприємства;

– розширення виробництва;

– нове будівництво.

Реновація – це процес поліпшення без руйнування всієї структури повністю. Наприклад, реновацією можна вважати модернізацію і ремонт без кардинальних руйнувань і змін.

Таблиця 4.2 – Методи розрахунку амортизації основних засобів

МЕТОДИ АМОРТИЗАЦІЇ ОЗ		
Метод амортизації	**Правила нарахування суми амортизації (А) для ОЗ**	**Визнання у податковому обліку***
прямолінійний	**Річна А** = (ПВ – ЛВ**)/строк використання (у роках) **Місячна А** = Річна А /12	Так
зменшення залишкової вартості	**Річна А** = ЗВ на початок року × річна норма А **Річна норма А**= $1 - n\sqrt{\frac{ЛВ}{ПВ}}$, де n – строк використання (у роках) **Місячна А**= Річна А /12	Так
прискореного зменшення залишкової вартості	**Річна А** = ЗВ на початок року× річна норма А **Річна норма А**= 2× 1/(строк використання (у роках)) **Місячна А**= Річна А /12	Так
кумулятивний	**Річна А** = (ПВ – ЛВ**) × кумулятивний коефіцієнт **Кумулятивний коефіцієнт** = кількість років, які залишаються до кінця строку використання / сума числа років корисного використання*** **Місячна А**= річна /12	Так
виробничий	**Місячна А** = місячний фактичний обсяг продукції (роботи, послуг) × виробнича ставка А **Виробнича ставка амортизації** = $\frac{ПВ - ЛВ}{Продукт}$, де **Продукт** – очікуваний (плановий) обсяг продукції (робіт, послуг), що має бути отриманий з використанням даного ОЗ **Річна А** = річний фактичний обсяг продукції (роботи, послуг) × виробнича ставка А, або сума Місячних А	Так, з 23.05.2021 (пп. 138.3.1 ПКУ)
* має значення тільки для платників податку на прибуток – великоходників; ** більшість підприємств ліквідаційну вартість приймають рівною нулю; *** наприклад, якщо строк використання 6 років, то число сума числа років = 1+2+3+4+5+6 = 21.		

Таблиця 4.3 – Методи розрахунку амортизації МНМА

МЕТОДИ АМОРТИЗАЦІЇ ОЗ З ГРУПИ ІНШИХ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ	
Об'єкти ОЗ	**Метод амортизації**
МНМА і бібліотечні фонди	• прямолінійний; • виробничий; • **метод 50/50**: у першому місяці використання об'єкта – 50% ПВ об'єкта; у місяці вилучення активу з експлуатації (списання з балансу) – інші 50% ПВ об'єкта. ЛВ не визначається; • **метод 100%**: у першому місяці використання – 100% вартості. ЛВ не визначається.
• тимчасові (нетитульні) споруди; • природні ресурси; • інвентарна тара; • предмети прокату; • інші необоротні матеріальні активи.	• прямолінійний; • виробничий.

7. Показники ефективності відтворення і використання основних засобів.

Відтворення основних засобів – це постійне і безперервне відновлення засобів праці у натуральному і вартісному вираженні.

Процес відтворення основних засобів пов'язаний з їх постійним рухом, тобто з їх введенням в експлуатацію, зміною технічного стану та вибуттям.

Оскільки процеси відтворення безпосередньо впливають на ефективність використання засобів праці, то логічним є виділення та обчислення *показників відтворення основних засобів*, які поділяються на:

– ***показники технічного стану основних засобів*:** коефіцієнт зношування основних засобів; коефіцієнт придатності основних засобів;

– ***показники руху основних засобів*** – коефіцієнт оновлення; коефіцієнт вибуття;

– ***показники, що характеризують рівень ефективності використання основних засобів,*** поділяються на загальні та часткові. Основним загальним показником є ***фондовіддача***;

– ***рентабельність*** основних засобів характеризує показник фондовіддачі, обчислений не за обсягом продукції, а за прибутком На показники фондовіддачі та рентабельності основних засобів, як загальних показників їх використання, впливають ряд зовнішніх та внутрішніх чинників.

Зовнішніми чинниками впливу є ріст витрат на придбання основних засобів, пов'язаних з поліпшенням умов праці працівників, забезпеченням якості продукції на рівні світових стандартів, охороною довкілля тощо**.** Ці чинники впливають на зниження фондовіддачі.

Внутрішніми чинниками підвищення фондовіддачі є зростання екстенсивного та інтенсивного використання основних засобів, головним чином активної їх частини.

Оберненим до фондовіддачі є фондоємкість.

Показником, який характеризує рівень забезпеченості основними виробничими засобами ПВП підприємстває ***фондоозброєність праці.***

Частковими показниками використання основних засобів є:

– коефіцієнт змінності роботи обладнання;

– коефіцієнт екстенсивного завантаження обладнання;

– коефіцієнт інтенсивного завантаження устаткування;

– коефіцієнт інтегрального використання основних засобів.

На практиці також використовуються: коефіцієнт використання виробничих площ, коефіцієнт пропускної здатності водонапірної башти, резервуару тощо.

Основними шляхами покращення використання та відтворення основних засобівможуть бути:

– удосконалення технологічної структури основних засобами з урахуванням тих чинників, які впливають на неї;

– зменшення кількості недіючого устаткування, виведення з експлуатації зайвого і непродуктивного обладнання, швидке залучення у виробництво невстановленого устаткування; це впливає на суми нарахованої амортизації;

– обсяги випуску продукції, що, в свою чергу, позначається на загальних витратах її виробництва;

– використання прогресивних напрямків відтворення основних засобів підприємств шляхом їх реконструкції, технічного переоснащення, модернізації; вони супроводжуються широким оновленням основних засобів і забезпечують

зміну структури інвестицій на користь збільшення витрат на машини, обладнання, інструмент та ін.**;**

– покращення експлуатації машин і обладнання в часі (екстенсивне завантаження), яке досягається підвищенням коефіцієнта змінності їх роботи внаслідок скорочення простоїв (за рахунок вдосконалення організації виробництва, праці, матеріально-технічного забезпечення тощо);

– підвищення якості ремонтного обслуговування основних засобів; при організації ремонтних робіт слід дотримуватись принципів паралельності, пропорційності, неперервності та ін., методів календарного і мережевого планування та моделювання на базі комп'ютеризації розв'язання практичних завдань;

– швидке освоєння проектних потужностей з метою запобігання втратам через надмірне затягування термінів освоєння проектних потужностей; хоча протягом останніх років намітилась тенденція до їх скорочення, що пов'язано із приватизацією виробничих об'єктів, зміною організаційно-правових форм ведення бізнесу та ін.

Питання для самоконтролю

1. У чому полягає відмінність між основним і оборотним капіталом?
2. Які основні елементи необоротних активів?
3. Яка виробнича структура основних фондів? У чому полягає значення аналізу структури основних фондів?
4. Охарактеризуйте облік і планування основного капіталу в натурально-речовій формі.
5. Охарактеризуйте грошову форму обліку наявності і руху основних виробничих фондів.
6. Що таке зношення основних фондів: моральне і фізичне? Поняття, визначення, компенсація.
7. Як здійснюється нарахування амортизації в сучасних умовах?
8. Що таке прискорена амортизація? Поняття, умови застосування,переваги.
9. Які показники використання виробничої потужності?
10. Поняття, характеристика, види відтворення основних фондів.

Тестові завдання для самоконтролю

1. Які з перелічених засобів виробництва не належать до основних фондів:

а) транспортні засоби;
б) будинок культури;
в) приміщення цеху;
г) обладнання для станків?

2. Які з перелічених видів основних фондів належать до активних:

а) виробничі будівлі;
б) силові машини;
в) транспортні засоби;

г) обчислювальна техніка?

3. Які з перелічених видів основних фондів належать до пасивних:

а) виробничі будівлі;

б) силові машини;

в) транспортнізасоби;

г) обчислювальнат ехніка?

4. Основні фонди при зарахуванні на баланс підприємства в результаті їх придбання (будівництва) оцінюються:

а) за відновною вартістю;

б) за повною первісною вартістю;

в) за залишковою вартістю;

г) за повноювідновною вартістю.

5. Рівень використання основних виробничих фондів характеризують:

а) рентабельність, прибуток;

б) фондовіддача, фондомісткість;

в) фондоозброєність праці робітників;

г) коефіцієнт змінності оборотності.

6. Екстенсивне використання основних виробничих фондів характеризують:

а) фондомісткість, фондовіддача;

б) коефіцієнт оборотності, коефіцієнт ефективного використання обладнання;

в) фондоозброєність праці;

г) рентабельність виробництва.

7. Інтенсивне використання обладнання характеризують:

а) коефіцієнтоборотності;

б) фондовіддача;

в) фондоозброєність праціробітників;

г) продуктивність даного виду обладнання.

8. Показник фондовіддачі характериз є:

а)обсяг товарної продукції, що припадає на 1грн. Основних виробничих фондів;

б) рівень технічної озброєності;

в) граничні витрати основних фондів на 1 грн. реалізованої продукції;

г) кількість оборотів оборотних засобів.

ТЕМА 5. ОБОРОТНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА.

План

1. Склад та структура оборотного капіталу.
2. Поняття, матеріальний склад і структура оборотних фондів підприємства.
3. Показники використання та нормування витрат матеріальних ресурсів.
4. Оборотні кошти підприємства: поняття, класифікація і структура.
5. Нормативи оборотних коштів.
6. Показники ефективності використання оборотних коштів підприємства.
7. Шляхи покращення використання оборотних коштів підприємства.

1. Склад та структура оборотного капіталу.

Оборотним капіталом (обіговими коштами) називають засоби виробництва, що, на відміну від основних фондів, беруть участь тільки в одному виробничому циклі, підчас якогопереносять свою вартість на вартість готової продукції одразу і повністю, змінюючи при цьому свою речову форму.

Оборотним капітал називається тому, що він перебуває в постійному обороті Зокрема, за один оборот (виробничий цикл) гроші вкладаються в придбання сировини, під час виробництва сировина трансформується в готову продукцію, після продажу продукції кошти знову повертаються на підприємство у формі грошей.

Оборотний капітал складається з двох частин – ***оборотних фондів*** **і** ***фондів обігу.***

Оборотніфонди усвоїйречовій формі утворюютьпредметипраці Вонив процесі переробки змінюють свою натуральну форму, фізико-хімічні властивості та місцеположення. *Оборотні фонди* циркулюють у сфері виробництва й у процесі виготовлення продукції споживаються цілком, отже, цілком переносять свою вартість на створений продукт і містять у собі:

– предмети праці (сировину, основні матеріали і напівфабрикати, допоміжні матеріали, паливо, тару, запасні частини тощо);

– засоби праці з терміном служби не більше ніж один рік, звичайно це малоцінні та швидко зношувальні предмети (наприклад, інструменти, господарський інвентар, оснащення, спецодяг);

– незавершене виробництво; витратимайбутніхперіодів.

Фонди обігу пов'язані з обслуговуванням процесу обігу товарів. Вони не беруть участі уствореннівартості, а є їїносіями. Після закінчення виробничого циклу виготовлення продукції та її реалізації вартість оборотних фондів відшкодовується у виручці від реалізації продукції (робіт, послуг). Це створює можливість систематичного відтворення процесу виробництва, щоздійснюється шляхом безперервного кругообігу засобів виробництва. До *фондів обігу*

належать: готова продукція, що зберігається на складах підприємства; товари, відвантажені споживачу, але ним не оплачені; кошти в розрахунках і готівка.

Структура оборотного капіталу – цекількіснеспіввідношення окремих елементів у загальному обсязі обігових коштів, виражене у відсотках до підсумку.

У своєму русі оборотний капітал проходить послідовно три стадії: постачання (перед виробнича стадія), виробництво (стадія виробництва) і збут (стадія реалізації).

Перша стадія кругообігу оборотного капіталу є підготовчою. Вона проходить у сфері обігу. Тут відбувається перетворення коштів у виробничі запаси.

Друга стадія пов'язана безпосередньо з процесом виробництва. На цій стадії далі авансується вартість продукції, що виготовляється. Зокрема, до вартостівикористанихвиробничихзапасівдодаютьсявитратиназаробітну плату та відповідні нарахування, а також перенесена вартість виробничих основних фондів (амортизація). Виробнича стадія кругообігу закінчується випуском готової продукції, після чого настає стадія її реалізації.

На *третій стадії* кругообігу відбувається реалізація (продаж) готової продукції Лише після того, як товарна форма вартості виробленої продукції перетвориться в грошову, авансовані засоби повертаються на підприємство за рахунок частини виручки від реалізації продукції Інша її сума йде на формування грошового накопичення – прибутку. Частина прибутку, призначена для розширення обігових коштів, приєднується до них і здійснює разом з ними подальші цикли обороту.

Грошова форма, яку отримують оборотні кошти на третій стадії їх кругообігу, одночасно є і початковою формою нового обороту капіталу.

2. Поняття, матеріальний склад і структура оборотних фондів підприємства.

Процес виробництва і реалізації продукції не може бути забезпечений лише основними фондами та персоналом. Для його здійснення підприємство повинно володіти та використовувати оборотні фонди.

Речовим змістом оборотних фондів є предмети праці, які в процесі виробництва (виробничого споживання) втрачають свою натуральну форму, властивості, споживчу вартість.

Нова споживча вартість виникає у вигляді виготовленої продукції.

Номенклатура оборотних фондів досить різноманітна і охоплює предмети праці від моменту їх оплати до перетворення в готову продукцію.

Оборотні фонди підприємства – це частина його виробничих фондів, яка споживається в одному технологічному циклі виготовлення продукції і повністю переносить свою вартість на вартість цієї продукції.

За характером участі у виробничому процесі оборотні фонди поділяються на три групи (рис.5.1).

Виробничі запаси становлять найбільшу питому вагу у складі оборотних фондів підприємства. До їх складу входять:

– сировина, основні і допоміжні матеріали;

– паливо і електроенергія;

– куповані напівфабрикати і комплектуючі вироби, запасні частини для ремонту, тара і тарні матеріали, малоцінні та швидкозношувані предмети – господарський інвентар, малоцінні інструменти та ін. (хоча вони є засобами праці, проте мають термін служби менший одного року і для спрощення обліку відносяться до оборотних фондів).

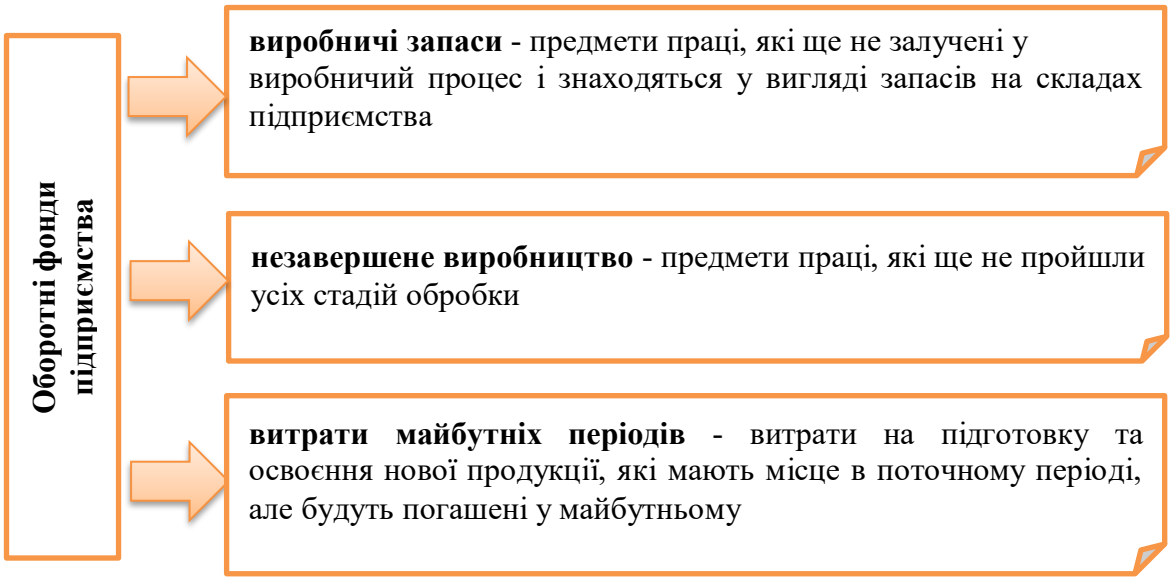


Рисунок 5.1 – Оборотні фонди підприємства

Необхідність створення виробничих запасів обумовлена тим, що процес виробництва відбувається постійно, а предмети праці надходять на підприємство від постачальників періодично через певні інтервали часу.

Незавершене виробництво – предмети праці, які вступили у виробничий процес і знаходяться безпосередньо на робочих місцях або в процесі транспортування від одного робочого місця до іншого.

У складі незавершеного виробництва виділяють напівфабрикати власного виробництва, тобто предмети праці, які повністю пройшли обробку в одному цеху підприємства, але потребують подальшої обробки в інших цехах цього ж підприємства.

Наявність незавершеного виробництва і напівфабрикатів є важливою умовою ритмічної роботи підприємства. При цьому їх величина має бути оптимальною.

Витрати майбутніх періодів – єдиний не речовий елемент оборотних фондів. Вони є грошовими витратами, здійсненими в даному періоді, але які будуть погашені частинами в наступних періодах за рахунок собівартості продукції. До них належать витрати на проектування, підготовку і освоєння

нових видів продукції, підготовчі роботи у добувних галузях промисловості, організований набір працівників у сезонних галузях та ін.

Виробничо-технологічна структура оборотних фондів – це частка окремих елементів оборотних фондів у їх загальному обсязі.

Найбільшою є питома вага виробничих запасів (близько 70% усіх оборотних фондів підприємства). У виробничому процесі, тобто незавершеному виробництві і витратах майбутніх періодів, - близько 30%.

На виробничо-технологічну структуру оборотних фондів впливають такі чинники:

– види продукції, які випускаються підприємством; продукція може бути матеріаломісткою, трудомісткою, унікальною;

– характер виробництва – неперервне, дискретне, сезонне;

– тривалість технологічного циклу (від кількох годин до кількох років);

– територіального розміщення виробництва – віддаленість від постачальників матеріальних ресурсів збільшує питому вагу виробничих запасів у структурі оборотних фондів, неосвоєність території впливає на витрати майбутніх періодів.

3. Показники використання та нормування витрат матеріальних ресурсів.

Виробничі запаси по своєму складу є матеріальними ресурсами. Оскільки їх питома вага у структурі оборотних фондів значна, то для підприємства важливою є оцінка ефективності їх використання з метою пошуку джерел і шляхів зниження матеріальних витрат. Для цього використовується система показників, основним з яких є ***матеріаломісткість***.

Оберненим показником до матеріаломісткості є матеріаловіддача.

У практичній діяльності підприємства також часто використовують показники:

– коефіцієнт використання матеріалів: матеріаломісткість;

– коефіцієнт відходів;

– коефіцієнт вилучення готової продукції з одиниці переробленої сировини.

Відносна економія матеріальних витрат (Ематер) обчислюється:

$$Ематер = Мбаз \times Iq - Мпл, грн. \quad (5.1)$$

де Мбаз, Мпл – сума матеріальних витрат у базовому і плановому періодах, грн.

Завданням кожного підприємства є забезпечення економії матеріальних ресурсів, оскільки саме матеріальні витрати складають більшу частину витрат виробництва, від яких залежить величина прибутку.

Розрізняють джерела і шляхи економії матеріальних ресурсів.

Потреба підприємства в матеріальних ресурсах залежить від двох чинників: запланованого обсягу виробництва продукції та норм витрат.

Джерела економії матеріальних ресурсів:

– зниження ваги виробів;
– скорочення відходів і втрат сировини і матеріалів;
– використання відходів;
– використання вторинної сировини;
– зменшення і ліквідація браку.

Шляхи економії матеріальних ресурсів:

– виробничо-технологічні – якісна підготовка сировини до виробничого споживання, комплексна переробка сировини, застосування безвідходних та маловідходних технологій, вдосконалення конструкції виробів;

– організаційно-економічні – розробка технічно обґрунтованих норм витрат матеріальних ресурсів, підвищення рівня науковості нормування.

Норма витрат будь-якого виду матеріальних ресурсів неоднорідна за своєю структурою і складається із окремих елементів витрат.

При нормуванні витрат матеріальних ресурсів використовуються такі методи:

– ***розрахунково-аналітичний*** – є найбільш прогресивним і ґрунтується на основі передової технічної та економічної документації, тобто креслень, технологічних карт, рецептур тощо; цей метод передбачає поелементний розрахунок витрат, тобто чистої ваги, відходів і втрат;

– ***дослідно-експериментальний*** – полягає у визначенні норм на основі даних замірів корисних витрат матеріалів, відходів і втрат шляхом проведення досліду у лабораторних або виробничих умовах; ці умови повинні бути найбільш сприятливими і максимально наближеними до виробничих у даному розрахунковому періоді; використовується до нормування витрат допоміжних матеріалів та інструменту;

– ***звітно-статистичний*** – ґрунтується на даних про середньостатистичні матеріальні витрати у минулих звітних періодах; недоліком методу є можливість “перенесення” у розрахунковий період усіх недоліків минулої роботи, тому середньостатистичні норми витрат можуть використовуватись за умови їх обов’язкового коригування;

– ***комбінований*** – передбачає одночасне використання перерахованих методів.

4. Оборотні кошти підприємства: поняття, класифікація і структура.

Поряд з оборотними фондами підприємства, які функціонують у сфері виробництва продукції, процес її реалізації забезпечується фондами обігу.

До *фондів обігу належать:*

– готова продукція на складах підприємства;
– готова продукція, яка відвантажена і знаходиться в дорозі;
– грошові кошти на розрахунковому та інших рахунках;
– грошові кошти у незавершених розрахунках;

– дебіторська заборгованість;
– готівка в касі.

Оборотні кошти підприємства **–** це сукупність грошових коштів, вкладених в оборотні фонди і фонди обігу.

Оборотні кошти***класифікуються за:***

– джерелами формування: власні і позикові;
– способом виявлення потреби: нормовані і ненормовані.

Необхідність поділу оборотних коштів на власні та позичкові обумовлена неоднаковою потребою в них у часі.

Власні оборотні кошти – це ті, які виділені підприємству при його створенні і поповнені згодом за рахунок прибутку, а також за рахунок використання стійких пасивів.

Стійкі пасиви – це грошові кошти, які є тимчасово вільними, використовуються підприємством в господарському обороті, але не належать йому, наприклад, резерв майбутніх платежів, заборгованість по заробітній платі, внески на соціальне страхування та ін.

Позикові оборотні кошти – це кредити банків, кредиторська заборгованість та інші пасиви.

На всіх підприємствах протягом року потреба в оборотних коштах коливається, наприклад, на формування запасів готової продукції на складах, на відвантажену продукцію, на утворення сезонних запасів сировини та ін.

Є періоди, коли потреби підприємства в таких коштах різко зростають, а в інші періоди – знижуються до мінімуму. Підприємствам не доцільно “мати” постійно максимальну величину оборотних коштів, оскільки це призводить до їх надлишків у певні періоди. Мінімальна величина оборотних коштів спричиняє їх нестачу і певні труднощі у розвитку виробництва. Тому поділ оборотних коштів на власні і позичкові забезпечує їх раціональне використання і оперативне маневрування.

Нормованими є ті оборотні кошти, на які встановлюються нормативи запасів. За економічним призначенням вони повинні забезпечувати безперебійність виробничо-господарської діяльності підприємства. До нормованих належать всі оборотні кошти, які обслуговують сферу виробництва (оборотні фонди) та готова продукція на складах підприємства.

Ненормованими єоборотні кошти, на які нормативи не встановлюються, оскільки потреба в них є тимчасовою. Їх величина контролюється за фактичними даними. До них відносяться відвантажена готова продукція, готівкові і безготівкові грошові кошти підприємства, дебіторська заборгованість.

Структура оборотних коштів – це виражене у відсотках співвідношенням окремих елементів у їх загальному обсязі. Ця структура змінюється в часі, вона неоднакова в різних галузях промисловості і визначається рядом чинників виробничого, постачальницького і збутового характеру (рис.5.2).

До виробничих чинників відносяться матеріально-технічні особливості галузей, характер організації виробництва, режим роботи підприємства, тривалість виробничого циклу, характер споживаної сировини і продукції,, що випускається.

До чинників постачання і збуту відносяться розміщення постачальників ресурсів та споживачів продукції, періодичність поставок, використовувані форми розрахунків та ін. В цілому по промисловості 2/3 оборотних коштів авансується в оборотні фонди, а 1/3 - у фонди обігу.

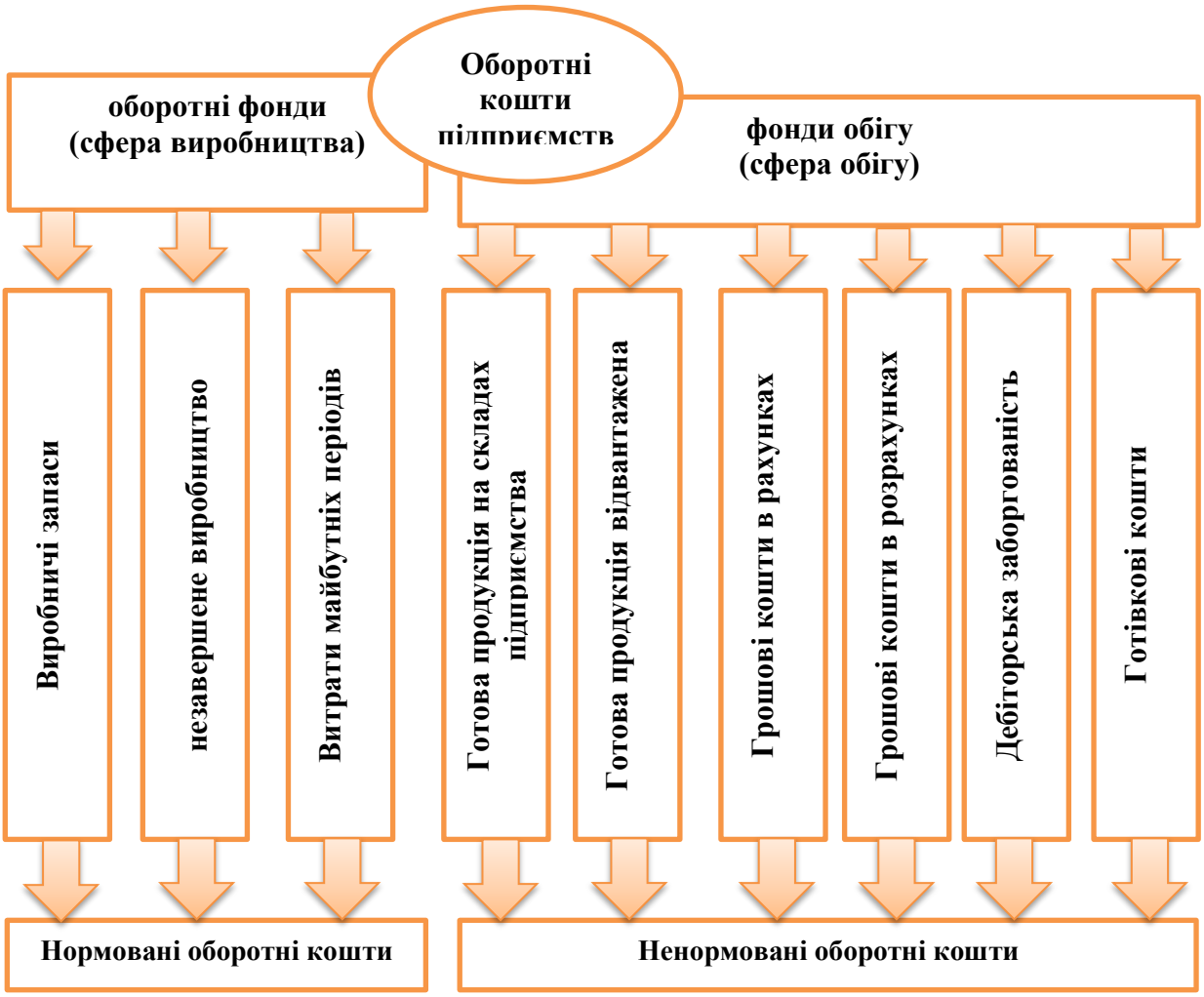


Рисунок 5.2 – Структура оборотних коштів підприємства

5. Нормативи оборотних коштів.

Частина оборотних коштів підприємства підлягають нормуванню, тобто для них мають бути встановлені певні нормативи.

Норматив оборотних коштів – це грошовий вираз вартості цінностей, залишків незавершеного виробництва, готової продукції та інших коштів.

Нормативи оборотних коштів встановлюються певними методами.

Основним методом нормування оборотних коштів є метод прямого рахунку, інші доповнюють його**.**

Нормування виробничих запасів передбачає визначення їх норми у днях запасу, в натуральному і в грошовому виразі.

Норматив запасу в днях (Здн) включає:

– транспортний запас (Зтр) – час на знаходження товарно-матеріальних цінностей в дорозі від постачальника до споживача;

– підготовчий запас (Зпідг) – час на розвантаження матеріалів, здійснення кількісного і якісного приймання, комплектацію і складування; визначається за фактичним часом за звітний період, скоригованим на зміну умов в розрахунковому році;

– технологічний запас (Зтехн) – час на підготовку матеріалів до виробничого споживання: сушіння деревини, природне старіння окремих видів матеріалів, тощо;

– поточний запас (Зпоточ) – основний вид запасу, який необхідний для безперебійного забезпечення виробництва матеріальними ресурсами в період між двома поставками;

– страховий (гарантійний) запас (Зстр) – час на забезпечення безперебійності виробничого процесу на випадок непередбачених перебоїв у постачанні (затримка в дорозі, некомплектність поставок тощо);

– аналітичний, полягає в аналізі наявних товарно-матеріальних запасів та їх коригування і вилучення залишків коефіцієнтний – у норматив звітного року вносяться поправки на зміну обсягу виробництва і прискорення оборотності оборотних коштів прямого рахунку – розрахунок нормативу по кожному елементу оборотних коштів в умовах досягнутого організаційно-технічного рівня виробництва.

6. **Показники ефективності використання оборотних коштів підприємства**.

Оборотні кошти підприємства постійно перебувають у русі, здійснюючи кругообіг. Вони переходять із однієї стадії в іншу: із сфери обігу у сферу виробництва, із сфери виробництва у сферу обігу і т.д.

Кругообіг коштів підприємства починається з моменту оплати ним сировинно-матеріальних та інших ресурсів і завершується поверненням цих коштів у вигляді виручки від реалізації готової продукції.

Схематично кругообіг оборотних коштів можна представити:
Г - ВЗ - НЗВ - ГП - Г'

Рисунок 5.3 – Кругообіг оборотних коштів підприємства

На І стадії (Г - ВЗ) оборотні кошти змінюють грошову форму на товарну, “перетворюючись” у виробничі запаси; на ІІ стадії (ВЗ - ГП) йде процес споживання предметів праці у виробництві та їх перетворення через незавершене виробництво у готову продукцію; на ІІІ стадії (ГП - Г') оборотні

кошти у вигляді готової продукції вступають у сферу обігу і знову перетворюються у грошову форму.

Час, протягом якого оборотні кошти здійснюють один кругообіг, називається періодом (тривалістю) обороту оборотних коштів.

У будь-який момент часу оборотні кошти підприємства перебувають в усіх трьох стадіях кругообігу. Їх кількість на кожній із стадій повинна бути мінімальною, але достатньою для забезпечення нормального процесу виробництва і збуту продукції.

Показниками оборотності оборотних коштів підприємства є:

– коефіцієнт оборотності, коефіцієнт завантаження, тривалість одного обороту;

– коефіцієнт завантаження (Кзав) – величина, обернена коефіцієнту оборотності;

– тривалість обороту (Тоб) показує тривалість одного обороту оборотних коштів у днях.

Середньорічний залишок нормованих оборотних коштів можна знайти, виходячи із середньомісячних залишків нормованих оборотних коштів як просту середньоарифметичну величину.

Прискорення оборотності оборотних коштів має важливе значення для підприємства тому, що в результаті цього прискорення із обороту вилучаються кошти, які можна використати для інших цілей: збільшення обсягу випуску продукції, стимулювання працівників, вирішення соціальних питань тощо.

Економічна ефективність використання оборотних коштів підприємств характеризується прискоренням їх оборотності. Ефект прискорення оборотності виражається у вивільненні, зменшенні потреби в оборотних коштах у зв’язку з покращенням їх використання.

Оборотність оборотних засобів безпосередньо впливає на кінцеві результати роботи підприємства, зокрема, приріст прибутку та рівень рентабельності.

7. Шляхи покращення використання оборотних коштів підприємства.

У сучасних умовах функціонування підприємств, коли середовище бізнесу є нестабільним, забезпечення ефективного використання оборотних коштів підприємства є запорукою його успіху на ринку.

Недостатня кількість оборотних коштів призводить до фінансових труднощів та збоїв у виробничо-господарській та комерційній діяльності підприємства. Натомість їх надлишок, тобто створення понаднормативних запасів, спричиняє вилучення грошових коштів з обігу, їх “залежування” у запасах, а гроші, як відомо, приносять дохід тоді, коли обертаються.

Ефективне використання оборотних коштів є важливим завданням підприємства і повинно забезпечуватись прискоренням їх оборотності на всіх стадіях кругообігу. Такими заходами можуть бути:

1) на стадії створення виробничих запасів:

– впровадження економічно обґрунтованих норм;

– оптимальний вибір постачальників та використання прямих тривалих зв’язків із ними;

– ліквідація понаднормативних запасів сировинно-матеріальних ресурсів;

– раціональне використання матеріальних ресурсів у виробництві та недопущення їх втрат;

– створення сучасної складської системи із засобами механізації та автоматизації вантажно-розвантажувальних робіт;

– налагодження ефективної роботи транспорту;

2) на стадії незавершеного виробництва:

– скорочення тривалості виробничого циклу внаслідок впровадження нових техніки і технологій;

– о розвиток стандартизації та уніфікації;

– використання у виробництві більш дешевих ресурсів та конструктивних матеріалів;

– збільшення частки продукції, яка користується підвищеним попитом, має збут і “не залежується”;

– удосконалення форм організації виробництва на підприємстві;

3) ***на стадії обігу****:*

– раціональна організація збуту продукції через своєчасність підготовки продукції до відвантаження, формування партій продукції, використання транзитної форми перевезень тощо;

– прискорення документообігу;

– удосконалення системи розрахунків за реалізовану продукцію, дотримання договірної платіжної дисципліни;

– збільшення обсягу реалізації продукції за рахунок виконання замовлень по прямих зв’язках;

– використання маркетингових важелів активізації продажу, наприклад, реклами, стимулювання збуту, паблік рилейшнз та ін.

Питання для самоконтролю

1. Наведіть склад обігових коштів підприємства.
2. Охарактеризуйте цикл обігових коштів.
3. Наведіть класифікацію обігових коштів.
4. Яке основне завдання і етапи нормування обігових коштів?
5. Які наслідки може мати завищення або заниження нормативу обігових коштів?
6. Як нормуються виробничі запаси?
7. Охарактеризуйте основні методи нормування.
8. Як визначаються показники оборотності обігових коштів?
9. Як розраховується абсолютне й відносне вивільнення оборотних коштів?

Тестові завдання для самоконтролю

1. Обігові кошти підприємства – це:

а) гроші в касі підприємства, на розрахункових і валютних рахунках, у розрахунках;

б) кошти, авансовані у виробничі обігові фонди та фонди обігу;

в) обігові активи;

г) предмети праці.

2. Обігові виробничі фонди – це:

а) обіговікоштиу виробництві;

б) обігові кошти у виробництві та готовій продукції;

в) обігові кошти у виробничих запасах;

г) обігові кошти у виробничих запасах та у виробництві.

3. Яка частина обігових коштів обслуговує сферу обігу:

а) готова продукція на складі;

б) готова продукція, грошові кошти й кошти в розрахунках;

в) кошти на рахунках у банках і касі, у розрахунках, дебіторська заборгованість;

г) готова продукція, що відвантажена?

4. Принципи організації обігових коштів – це:

а) самостійність у розпорядженні та управлінні обіговими коштами;

б) визначення планової потреби в обігових коштах та їх розміщення за окремими елементами й підрозділами;

в) коригування розрахункових і чинних нормативів з урахуванням вимог господарювання, що постійно змінюються;

г) наявність раціональної системи фінансування обіговихкоштів.

5. Відповідно до чого здійснюється планування обігових коштів:

а) до кошторисів витрат на виробництво і невиробничі потреби;

б) до виробничої програми;

в) до бізнес-плану;

г) до обсягу реалізації продукції?

6. Які оборотні фонди слід віднести до нормованих:

а) оборотні виробничі фонди;

б) виробничі запаси;

в) фонди обігу;

г) оборотні виробничі фонди й готову продукцію?

7. За допомогою яких показників можна визначити потребу підприємства в сировині, матеріалах, покупних напівфабрикатах:

а) одноденних витрат конкретних видів сировини, матеріалів, розрахованих за виробничою собівартістю IV кв. планового року;

б) собівартості одиниці продукції;

в) норм запасу в днях конкретних видів сировини, матеріалів

г) обсягу реалізації продукції в плановому році?

8. За допомогою яких показників можна визначити потребу підприємств у обігових коштах у незавершеному виробництві:

а) тривалості виробничого циклу;

б) кількості продукції, щовипускається;

в) одноденних витрат в незавершеному виробництві;

г) коефіцієнта зростання витрат?

9. Які показники необхідні для нормування обігових коштів у запасах готової продукції:

а) норма запасу обігових коштів щодоготової продукції;

б) одноденний випуск продукції в IVкв. Планового року за виробничою собівартістю;

в) середні залишки обігових коштів на початок планового року;

г) випуск товарної продукції вплановому році?

10. Показники ефективності використання обігових коштів – це:

а) фондовіддача;

б) коефіцієнт обіговості;

в) коефіцієнт ефективності;

г) коефіцієнт завантаження.

ТЕМА 6. ПЕРСОНАЛ ПІДПРИЄМСТВА, ПРОДУКТИВНІСТЬ І ОПЛАТА ПРАЦІ

План

1. Трудові фактори. Персонал підприємства та його характеристика.
2. Розрахунки чисельності працюючих.
3. Сутність та показники продуктивності праці.
4. Чинники і резерви зростання продуктивності праці.

1. Трудові фактори. Персонал підприємства та його характеристика.

Праця нарівні з капіталом і природними ресурсами є найважливішим фактором виробництва.

У широкому розумінні ***праця*** **(*труд*)** – цілеспрямована діяльність людини щодо створення матеріальних і духовних благ. Праця передбачає єдність трьох моментів:

– самої цілеспрямованої діяльності людей (це і є власне *праця* у вузькому розумінні);
– предметів праці;
– засобів праці.

У вузькому розумінні ***працею***, або трудовою діяльністю, слід вважати розумові і фізичні витрати, здійснювані людьми в про& цесі виробництва.

Компоненти виробничої системи, що характеризують джерела праці, одержали назву *трудових факторів.*

Трудові фактори – це люди і притаманні їм властивості виконувати фізичну й інтелектуальну роботу, які є елементами виробничої системи.

Формування трудових факторів пов’язане з трьома ключовими категоріями:

– трудовими ресурсами;
– робочою силою;
– трудовим потенціалом.

Трудові ресурси – це економічно активне, працездатне населення, тобто частина населення країни (регіону), що має необхідний фізичний розвиток, розумові здібності і знання (освіту) для роботи у виробничій

За законодавством України відносять працездатне населення: чоловіки у віці 16-60 років, жінки у віці - 16-60 років, а також працюючі підлітки у віці до 16 років і особи пенсійного віку, які беруть участь у суспільному виробництві.

Робоча сила – здатність людини до праці, тобто сукупність фізичних і інтелектуальних здібностей людини, необхідних для здійснення трудових процесів.

Трудовий потенціал – наявні або очікувані кількісні та якісні трудові фактори, якими володіє суспільство (національна економіка, регіон). Кількісно трудовий потенціал вимірюється кількістю економічно активного, працездатного населення (кількістю трудових ресурсів). Якісно трудовий

потенціал визначається професійно-освітнім рівнем трудових ресурсів чи іншими характеристиками, що дають змогу оцінити їх здатність до виконання роботи (виробництва певної кількості матеріальних і духовних благ).

На будь-якому підприємстві ключовим є людський фактор – люди, які на ньому працюють. Для характеристики всієї сукупності працівників підприємства використовують терміни: *кадри, персонал, трудовий колектив.*

Під ***кадрами*** розуміють основний (штатний) склад працівниківпідприємств, установ та організацій у різних галузях народ& ного господарства.

Класифікація персоналу підприємства:

– *за професіями*. ***Професія*** характеризує певний вид роботи в одній із галузей виробництва, що вимагає відповідного комплексу спеціальних знань і практичних навичок, необхідних для її виконання. У самій професії розрізняють спеціальності, що потребують додаткових знань і навичок для виконання роботи на певній ділянці даної галузі виробництва. Наприклад, професія слюсаря поділяється на спеціальності: слюсар-складальник, слюсар-інструментальник і т.ін.;

– *за кваліфікаціями.* ***Кваліфікація*** – це сукупність знань та умінь виконувати роботи відповідного ступеня складності на окремих ділянках виробництва. Обов'язковим і найбільш суттєвим елементом кваліфікації є загальноосвітня і загальнотехнічна підготовка працівника нарівні з одержанням виробничих навичок з певної спеціальності. Чим вищий технологічний рівень виробництва, складніша система машин і технологічних процесів, тим більші вимоги до кваліфікації робітника. Він має не тільки володіти певними прийомами виконання виробничої операції, але й знати конструкцію машини, властивості використаних сировини і матеріалів, розуміти теоретичні основи виробництва – технологію, економіку й організацію виробництва галузі, у якій він працює. У діяльності робітника високої кваліфікації зростає частка розумової праці, його функції наближаються до функцій інженерно-технічних працівників.

За кваліфікаціями персонал підприємства поділяється на:

- робітники (висококваліфіковані, кваліфіковані, малокваліфіковані, некваліфіковані);
- керівники, фахівці та службовці (найвищої кваліфікації, вищої кваліфікації, середньої кваліфікації, практики).

Згідно з діючим в Україні Класифікатором професій увесь персонал працюючих у нашій країні поділяється на дев'ять груп (поділів професій):

1. Законодавці, вищі державні службовці, керівники, менеджери (управителі).
2. Професіонали.
3. Фахівці.
4. Технічні службовці.
5. Працівники сфери торгівлі та послуг.

6. Кваліфіковані робітники сільського і лісового господарств, риборозведення і рибальства.

7. Кваліфіковані робітники з інструментом.

8. Робітники з обслуговування, експлуатації та контролю за роботою технологічного устаткування, складання устаткування та машин.

9. Найпростіші професії.

2. Розрахунки чисельності працюючих.

Визначення оптимальної чисельності персоналу є найважливішим елементом управління трудовими ресурсами. Кількість працюючих та їх якісний склад впливають на результати всіх видів діяльності підприємства і визначають продуктивність праці.

Визначення планової чисельності персоналу залежить від специфіки підприємства (обсягів виробництва, типу, форм власності, ритмічності тощо), а також від зовнішніх факторів (ринкової кон'юнктури, регіональних особливостей, рівня економічного розвитку країни).

В економічній практиці існує значна кількість методів визначення чисельності працюючих, але найбільш поширеними з них є ***методи розрахунку чисельності:***

– за трудомісткістю робіт;

– за нормами виробітку;

– за кількістю робочих місць з урахуванням норм їх обслуговування і контролю.

Якщо відома повна трудомісткість робіт, то планова чисельність працюючих ($Ч_{пл}$) визначається так:

$$Ч_{п.л} = \frac{t_{пов}}{T_р \cdot K_{в.н}}, \qquad (6.1)$$

де $t_{пов}$ – повна трудомісткість виробничої програми планового періоду;

$T_р$ – розрахунковий ефективний фонд часу одного працюючого;

$K_{в.н}$ – коефіцієнт виконання норм.

За умов існування на підприємстві *системи нормування виробітку, чисельність працюючих* можна визначити за такою залежністю:

$$Ч_{пл} = \frac{\sum_{i=1}^{n} t_i \cdot m_i}{T_р \cdot K_{в.н}}. \qquad (6.2)$$

де t_i – планова трудомісткість одиниці продукції в нормо-годинах;

m_i – кількість одиниць продукції –i-го виду;

n – кількість видів виробленої продукції.

Для визначення *чисельності працівників, зайнятих обслуговуванням виробництва (управлінський апарат)* ($Ч_{орм}$), розрахунок ведеться на основі *норм обслуговування робочих місць*:

$$Ч_{о.р.м} = \frac{m_о \cdot П_{зм} \cdot К_{пр}}{Н_{об}}, \tag{6.3}$$

Де$m_о$ – кількість об'єктів (робочих місць), що обслуговуються;

$П_{зм}$ – кількість робочих змін на добу;

$Н_{об}$ – нормативна кількість об'єктів, що обслуговується одним працюючим;

$К_{пр}$ – коефіцієнт переводу явочної чисельності працюючих в облікову:

$$К_{пр} = \frac{100}{100 - f}, \tag{6.4}$$

Деf – плановий відсоток невиходів на роботу.

Розрахунок *чисельності допоміжного персоналу* ($Ч_{доп}$) частіше за все виконують за формулою

$$Ч_{доп} = П_{рм} \cdot П_{см} \cdot К_{пр}, \tag{6.5}$$

де $П_{рм}$ – кількість робочих місць.

Чисельність управлінського персоналу визначається на основі типових окладних та штатно-окладних розкладів і моделей організаційних структур управління. Чисельність працюючих може бути визначена не тільки за кожною окремою функцією управління, а й за окремими видами робіт (облікові, проектні, обчислювальні), а також за посадами (конструктори, технологи, економісти).

Розрахунок кількості працюючих необхідний не тільки для планування роботи і фонду заробітної плати, але також для зіставлення з існуючими трудовими ресурсами і визначення необхідності в кадрах.

3. Сутність та показники продуктивності праці.

Інтегральним показником якості робочої сили є ***продуктивність праці***, під якою слід розуміти витрати праці на виробництво одиниці продукції.

Вимірювання продуктивності праці стосується трьох взаємопозв'язаних питань:

– економічного змісту продуктивності праці;

– визначення показників, які могли б бути кількісною мірою вимірювання рівня продуктивності праці;

– принципів зіставлення показників продуктивності праці у часі та просторі.

На практиці використовуються різні показники вимірювання продуктивності та витрат праці, застосовуються різні методи та показники вимірювання продуктивності праці, що обумовлене особливостями виробництва, застосовуваної техніки, сировини тощо і цілями економічного дослідження. Застосовувані методи вимірювання продуктивності праці мають свій особливий зміст, і разом з тим вони не виключають, а доповнюють один одного.

Вимірювання продуктивності праці передбачає, по-перше, *визначення її абсолютного рівня*, тобто кількості продукції, що виробляється за одиницю робочого часу, по-друге, *визначення зміни цього рівня за певний період*.

Для оцінки переваг і недоліків застосовуваних способів вимірювання необхідно визначити ***вимоги дометоду обліку продуктивності праці***:

– відповідність одиниці вимірювання завданням обліку – одиниця вимірювання не повинна перекручувати показників продуктивності праці;

– повнота обліку та відповідність облікового обсягу виробництва фактичному обсягу робіт;

– єдність методів вимірювання продуктивності праці; показник продуктивності праці повинен бути наскрізним, порівнянним і характеризуватися високим ступенем узагальнення, гнучкістю, універсальністю застосування;

– забезпечення можливості використання отриманих даних не тільки для вимірювання, а й для планування, аналізу чинників, унаслідок дій яких продуктивність праці змінюється чи повинна змінюватися відповідно до плану.

Для характеристики рівня продуктивності праці можна використовувати:

– *прямий показник* (*прямий метод*), що характеризує випуск продукції за одиницю робочого часу (виробіток продукції);

– *зворотний показник* (*зворотний метод*), що оцінює витрати робочого часу на одиницю виробленої продукції або виконаної роботи (трудомісткість продукції).

Прямий показник продуктивності визначається за формулою:

$$П = \frac{В}{Т}, \qquad (6.6)$$

де $П$ – показник виробітку продукції;

$В$ – обсяг виготовленої продукції;

$Т$ – кількість робочого часу, витраченого на виробництво даної продукції.

Слід зазначити, що показник обсягу виготовленої продукції можна визначити за такими чинниками:

– обсягом валової продукції (містить готову і незавершену продукцію);

– величиною чистої продукції (національного доходу – для оцінки продуктивності суспільної праці на рівні держави);

– обсягом товарної (готової) продукції;

– обсягом реалізованої (проданої) продукції.

При цьому сам показник може бути виражений як в натуральних оцінках (шт., $м^3$ і т.ін.), так і у вартісному вимірі.

Зворотний показник продуктивності надає можливість оцінити трудомісткість продукції ($H_{пр}$), тобто величину, обернену виробітку:

$$H_{пр} = \frac{T}{B}. \qquad (6.7)$$

Під ***трудомісткістю*** слід розумітивитрати живої праці на виробництво одиниці продукції, або виконання одиниці роботи.

Величину трудових витрат при визначенні продуктивності праці звичайно вимірюють кількістю: людино-годин, людино- днів, людино-місяців і т.ін., витрачених на виготовлення даної продукції.

Дотрудомісткості виготовлення продукції доцільно віднести витрати праці всіх категорій промислово-виробничого персоналу підприємства, допоміжних робітників, керівників, спеціалістів, службовців та інших працюючих.

Показник трудомісткості продукції визначається на одиницю продукції в натуральному вираженні за всією номенклатурою виробів і послуг, які зараховуються до товарної продукції підприємства. На підприємствах з великим асортиментом виготовлюваної продукції трудомісткість може обліковуватися за представниками груп однотипних виробів, до яких зводиться вся продукція.

Залежно від складу трудових витрат розрізняють такі ***види трудомісткості,*** які є складовими повної трудомісткості виготовлення продукції:

– технологічна;

– обслуговування виробництва;

– виробнича;

– управління виробництвом.

Технологічна трудомісткість ($T_т$) – це витрати праці робітників, які здійснюють технологічний вплив на предмети праці, що враховуються в товарній продукції підприємства (доцільна зміна форми, стану, положення, фізичних, хімічних та інших властивостей). Технологічна трудомісткість визначається за формулою:

$$T_т = T_{відр} + T_п , \qquad (6.8)$$

де$T_{відр}$ – витрати праці основних робітників-відрядників;

$T_п$ – витрати праці основних робітників-погодинників.

Трудомісткість обслуговування виробництва ($T_о$) – це витрати праці допоміжних робітників основних і всіх робітників допоміжних цехів і служб, зайнятих обслуговуванням виробництва.

Виробнича трудомісткість ($T_в$) – це витрати праці всіх робітників (основних і допоміжних цехів). Виробнича трудомісткість визначається за формулою:

$$T_в = T_т + T_о, \qquad (6.9)$$

Трудомісткість управління виробництвом ($T_у$) – це витрати праці керівників, спеціалістів, службовців, молодшого обслуговуючого персоналу, охорони.

Повна трудомісткість продукції (T) складається із трудових витрат всіх категорій промислово-виробничого персоналу підприємства і визначається за формулами:

$$T = T_{відр} + T_п + T_о + T_у, \qquad (6.10)$$

$$T = T_т + T_о + T_у, \qquad (6.11)$$

або

$$T = T_в + T_у, \qquad (6.12)$$

За характером і призначенням витрат праці слід розрізняти нормовану, фактичну та планову трудомісткість.

Нормована трудомісткість – це нормовані витрати на виготовлення чи виконання певного обсягу робіт, що встановлюються для всіх видів трудомісткості (технологічної, обслуговування та управління), виходячи з чинних норм часу (виробітку), норм обслуговування, штатних розкладів і планового фонду робочого часу відповідно до режиму роботи підприємства.

Фактична трудомісткість – це витрати праці на виготовлення виробу чи виконання певного обсягу робіт, встановлені з урахуванням їх зниження в плановому періоді.

За обсягами обчислення розрізняють трудомісткість на операцію, деталь, виріб, товарну та валову продукцію. *За місцем застосування* праці виділяють трудомісткість заводську, цехову, дільничну, бригадну та робочого місця.

Продуктивність праці, що характеризується розглянутими показниками виробітку і трудомісткості продукції, є одним із ключових показників оцінки ефективності економіки, який використовується для визначення результатів трудової діяльності працівників – головної продуктивної сили суспільства. Його застосування дозволяє оцінити ефективність праці як окремого працівника, так і колективу підприємства.

При вивченні питання про економічний зміст продуктивності та доцільності її зростання треба виходити з того, що праця, витрачена на

виробництво тієї чи іншої продукції, складається з *живої* праці, що витрачається в певний момент безпосередньо у процесі виробництва даної продукції, та *минулої* праці, уречевленої в раніше створеній продукції, використовуваній на тій чи іншій стадії виробництва нової продукції (сировина, матеріали, енергія – повністю; машини, споруди, будинки тощо – частково).

Функцією живої конкретної праці є не тільки створення нової вартості, а й перенесення робочого часу, матеріалізованого в речовинних елементах виробництва, на знову створюваний продукт. Тому продуктивна сила конкретної праці характеризується здатністю праці до створення нової споживчої вартості потрібної якості та використання при цьому минулої (уречевленої) праці. Продуктивність праці відображає, таким чином, ступінь корисного використання не тільки самої живої праці, а й засобів виробництва, що приводяться нею в рух, тобто може характеризуватися витратами як живої, так і сукупної (живої й уречевленої) праці. Унаслідок цього розрізняють поняття *зростання продуктивності живої (індивідуальної)* та *зростання продуктивності суспільної праці*, тобто всієї праці (живої та минулої), про яку не можна судити тільки з економії витрат живої праці на даній ділянці виробництва.

Загальна тенденція зростаючої продуктивності праці проявляється в тому, що частина живої праці в продукті зменшується, а частина суспільної праці (у вигляді сировини, матеріалів, палива, електроенергії, амортизаційних відрахувань) зростає, але так, що загальна сума праці, що міститься в одиниці продукту, скорочується. У цьому полягає сутність підвищення продуктивності суспільної праці.

Зростання продуктивності праці не може бути безмежним. Економічно розумні межі зростання продуктивності праці диктуються умовою збільшення маси споживчих вартостей і підвищення якості продукції. Інакше економія робочого часу втрачає сенс. Відомі випадки, коли прагнення до безмірного зростання продуктивності праці за рахунок скорочення чисельності працюючих призводило до зменшення обсягу та якості вироблюваної продукції. У кожний певний момент часу в конкретному виробництві зростання продуктивності праці має об'єктивну межу – *техніко-організаційний рівень виробництва*. Поза цією межею перспективи подальшого зростання продуктивності праці повинні бути пов'язані з реконструкцією, модернізацією виробництва, підвищенням якості продукції.

4. Чинники і резерви зростання продуктивності праці

Безумовний характер підвищення продуктивності праці не означає, що потрібне для народного господарства її зростання продуктивності праці може відбуватися само по собі. Тому при вивченні питань продуктивності праці необхідно розглядати всю сукупність чинників, шляхів і резервів її зростання.

Чинники зростання продуктивності праці – це ті рушійні сили чи причини,під впливом яких змінюється її рівень. Такими силами є:

– технічний прогрес;

– удосконалення виробництва, управління та праці;
– розвиток госпрозрахункових і орендних відносин та ін.

Різноманітність конкретних шляхів і засобів досягнення більш високої продуктивності праці потребує розроблення класифікації чинників зростання продуктивності праці.

Чинники зростання продуктивності праці можна об'єднати в три групи:

– *матеріально-технічні* – залежать від рівня розвитку та ступеня використання засобів виробництва, у першу чергу знарядь праці, від їх якості (науково-технічного прогресу);

– *організаційно-економічні та управлінські* – залежать від ступеня розвитку форм організації суспільного виробництва;

– *соціально-психологічні* – пов'язані з роллю людини в суспільному виробництві.

Розглядаючи весь комплекс чинників зростання продуктивності праці, їх фундаментальний взаємозв'язок, необхідно виділити всередині цього комплексу провідну ланку. Такою ланкою є *науково-технічний прогрес* – основа всебічного та послідовного здійснення інтенсифікації суспільного виробництва, зміни його структури. Усі інші чинники підвищення продуктивності праці діють услід за змінами в техніці та технології чи водночас із ними.

Матеріально-технічні чинники. Найважливішими напрямками (шляхами) дії науково-технічного прогресу як основного матеріально-технічного чинниказростання продуктивності праці є такі:

– механізація та автоматизація виробництва;
– упровадження технології та новітньої техніки;
– удосконалення технологічних процесів на базі діючого обладнання, модернізація обладнання, зміна конструкцій і технічних характеристик виробів;
– поліпшення використання сировини, матеріалів, палива та енергії;
– упровадження нових, більш ефективних видів сировини, матеріалів, палива та енергії.

Ці напрямки сприяють зниженню технологічної трудомісткості виробів.

Організаційно-економічні чинники. Значну роль у підвищенні продуктивності праці відіграютьорганізаційно-економічні та управлінські чинники, без урахування яких неможливо отримати максимальний ефект від упровадження новітньої техніки та вдосконалення технологічних процесів. До групи організаційно- економічних і управлінських чинників належать:

– удосконалення форм організації суспільного виробництва (поглиблення спеціалізації та концентрації);
– удосконалення організації праці (поглиблення й розвиток розподілу та кооперації праці);
– застосування передових методів і прийомів праці;
– поліпшення нормування праці, упровадження нових форм оплати та стимулювання праці;

– широке застосування сімейного, колективного та орендного підряду та ін.;

– удосконалення управління виробництвом і розвиток господарського механізму (удосконалення організаційних структур у виробництві та управлінні, плануванні та ціноутворенні);

– зміна форми власності – перетворення державних підприємств в орендні, кооперативні, акціонерні, спільні за участю іноземного капіталу та ін.

Соціально-психологічні чинники. У сучасних умовах особливо зростає роль соціально-психологічних чинників підвищення продуктивності праці, що відображають безпосередні зв'язки людини з технікою. До них належать:

– підвищення кваліфікації та загальноосвітнього рівня робітників;

– поліпшення умов праці, зростання життєвого рівня;

– розвиток сфери обслуговування;

– поліпшення соціально-психологічного клімату в трудових колективах;

– розвиток методів мотивації та психологічного впливу;

– зростання творчого характеру та колективізму в праці;

– підвищення трудової та суспільної активності шляхом розвитку самоуправління в трудових колективах:

– раціональне використання вільного часу тощо.

Усе це активізує діяльність працівників, створює комплекс умов для кращого використання трудового потенціалу, усунення обмежень в реалізації здібностей і розвитку ініціативи працюючих.

Усі групи факторів зростання продуктивності праці діють не ізольовано, а в тісному взаємозв'язку, доповнюючи один одного. Однак слід зазначити, що реалізація організаційно-економічних та управлінських і соціально-психологічних факторів потребує, як правило, значно менших капітальних вкладень, ніж забезпечення матеріально-технічних чинників. При цьому вони можуть чинити значний вплив на підвищення ефективності виробництва і забезпечувати найбільш швидку віддачу, а отже, повинні використовуватися в першу чергу.

При аналізі та плануванні продуктивності праці найважливішим завданням є виявлення та використання резервів її зростання, тобто конкретних можливостей підвищення продуктивності праці, які створюються в результаті дії тих чи інших чинників у галузях народного господарства.

Резерви, тобто невикористані можливості зростання продуктивності праці, визначаються протягом кожного періоду часу щодо можливого використання на конкретному підприємстві чи в галузях науки і техніки, організації суспільного виробництва, соціального розвитку. Резерви використовуються та створюються знову під впливом науково-технічного прогресу. Кількісно резерви можна визначити як різницю між досягнутим і максимально можливим рівнем продуктивності праці в конкретний період часу.

Залежно від особливостей виявлення і використання резерви можна поділити на дві групи:

– *резерви зниження трудомісткості*, тобто можливості скорочення витрат праці (фонду часу) робітників, службовців та інших категорій працівників на одиницю виробленої продукції завдяки механізації, автоматизації виробничих процесів, удосконаленню організації виробництва й праці;

– *резерви якісного поліпшення використання одиниці робочого часу* шляхом ліквідації всіляких його втрат, усунення непродуктивних витрат праці (зокрема, пов'язаних з браком, відхиленнями від діючої технології і т.ін.), поліпшення умов праці на робочих місцях.

Питання для самоконтролю

1. Що слід розуміти під трудовим потенціалом підприємства?
2. Які категорії населення складають трудові ресурси?
3. Дайте визначення таких понять: кадри, персонал, трудовий колектив. Як кількісно і якісно оцінюються трудові фактори?
4. Розкрийте зміст терміна "продуктивність праці". Якими основними показниками вимірюється продуктивність праці?
5. Якими факторами визначається зростання продуктивності праці?
6. Охарактеризуйте основні резерви зростання продуктивності праці.
7. У чому полягає відмінність категорій номінальної і реальної заробітноїплати? Що таке основна і додаткова заробітна плата?
8. Які існують форми і системи оплати праці?
9. Який зміст поняття «тарифна система оплати праці»?
10. Розкрийте особливості контрактної та безтарифної моделей оплати праці.

Тестові завдання для самоконтролю

1. До промислово-виробничого персоналу належать:

а) керівники;
б) спеціалісти;
в) працівники медпункту заводу;
г) службовці.

2. Які вихідні дані необхідні для розрахунку чисельності робітників-відрядників:

а) продуктивність праці;
б) кількість продукції, що планується випустити;
в) ціна продукції;
г) норма часу на виготовлення одиниці продукції?

3. Професія характеризує:

а) вид трудової діяльності;
б) відносно вузький вид робіт;
в) якість,складність праці;
г) кваліфікацію виконуваних робіт.

4. Сукупність постійних працівників, що мають необхідну професійну підготовку та певний досвід практичної діяльності, називають:

а) трудовим колективом підприємства;

б) персоналом підприємства;

в) трудовими ресурсами;

г) трудовим потенціалом.

5. Різниця між обліковою та явочною чисельністю характеризує:

а) плинність персоналу;

б) структуру персоналу;

в) резерв персоналу, що має використовуватись для заміни тих, хто не виходить на роботу з поважних причин;

г)кількість персоналу, звільненого з поважних причин у цьому звітному періоді.

6. Продуктивність індивідуальної праці відображає:

а) затрати живої праці робітників;

б) затрати живої та речової праці.

в) затрати кількості матеріалів;

г) затрати кількості основних фондів.

7. До норм праці належать:

а) норма часу;

б) норма виробітку;

в) норма чисельності;

г) норма обслуговування.

8. Рівень продуктивності праці характеризують:

а) фондовіддача і фондомісткість;

б) виробіток на одного працюючого;

в) трудомісткість продукції;

г) фондоозброєність праці.

9. Основна заробітна плата – це:

а) будь-який заробіток, що залежить від результатів праці працівника і визначається тарифними ставками, розцінками, посадовими окладами;

б) встановлений державою розмір зарплати, нижче якого не може здійснюватись оплата за фактично виконану роботу;

в) будь-який заробіток, що за трудовим договором оплачується працівникові за виконану роботу та надані послуги;

г) заробітна плата за понаднормовуроботу.

10. До сфери державного регулювання оплати праці згідно з чинним законодавством належить регулювання:

а) мінімальної заробітної плати;

б)оплати праці в організаціях, що фінансуються з бюджету;

в) розмірів посадових окладів керівників державних підприємств;

г)усі наведені відповіді правильні.

ТЕМА 7. ВИТРАТИ НА ВИРОБНИЦТВО ТА РЕАЛІЗАЦІЮ ПРОДУКЦІЇ

План

1. Поняття і класифікація витрат.
2. Собівартість продукції, її види і показники.
3. Формування кошторису витрат на виробництво.
4. Калькулювання витрат на виробництво та реалізацію продукції.
5. Джерела,чинники і шляхи зниження собівартості продукції.
6. Планування зниження собівартості продукції.
7. Економічний зміст, функції і види цін.
8. Формування гуртових і роздрібних цін на продукцію.
9. Методи ціноутворення.

1. Поняття і класифікація витрат

Виконання підприємством своїх функцій, реалізація поточних цілей та досягнення головної мети – задоволення ринкової потреби у його продукції та максимізація прибутку, пов'язане з певними витратами. Ці витрати спрямовуються на формування і використання усіх видів виробничих ресурсів підприємства.

Усі витрати підприємства поділяються на ***операційні, інвестиційні*** та ***фінансові.***

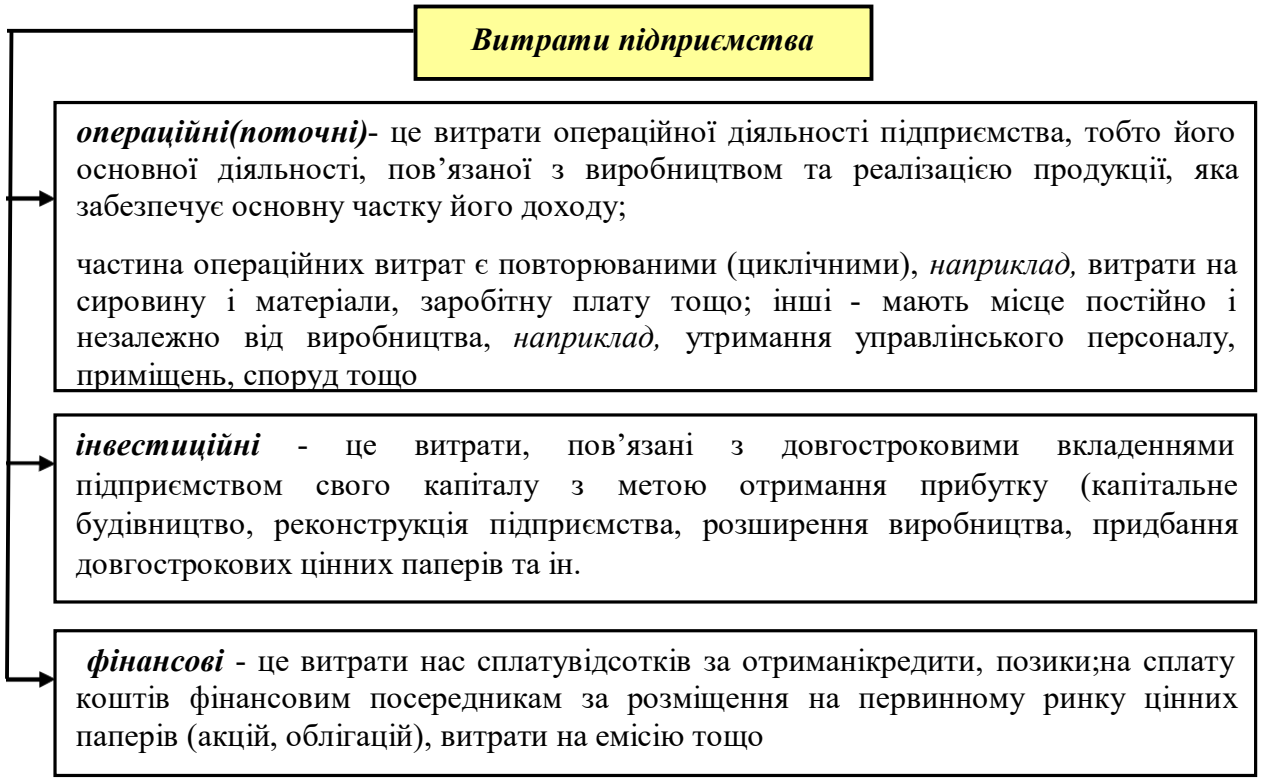


Рисунок 7.1 – Витрати підприємства

Крім такого поділу, витрати можуть бути *бухгалтерськими* та *економічними*. ***Бухгалтерські витрати*** відображають реальні суми фактично здійснених підприємством витрат на придбання сировинно-матеріальних ресурсів, виплату заробітної плати, нарахування амортизації, здійснення орендних платежів та ін. ***Економічні витрати***, крім бухгалтерських, включають неявні витрати підприємства, його власника у вигляді використовуваних землі, приміщень, інших власних активів, на які він формальноненесегрошовихвитрат.Економічнівитратипідприємства«перевищую ть» бухгалтерські на величину неявних (внутрішніх) витрат.

Найбільшими за питомою вагою і найскладнішими за структурою є операційні (поточні) витрати підприємства. Вони класифікуються занизкою ознак:

Витрати на виробництво відображають витрати на придбання усіх видів ресурсів, які безпосередньо спрямовані на виробництво продукції (виконання робіт, надання послуг). *Наприклад,* на сировину і матеріали, енергію, спожиту на технологічні цілі, заробітну плату основних робітників із нарахуваннями, амортизацію обладнаннята ін.

Адміністративні витрати – це витрати підприємства на утримання адміністративно-управлінськогоперсоналу,основнихзасобівзагальногосподарськогопризначення, витрати на комунальніпослуги іпослуги зв'язку, на охорону, юридичні, аудиторські послуги тощо.

Витрати на збут – витрати підприємства на заробітну плату з нарахуваннями працівників відділу збуту, утримання та амортизацію основних фондів збутових підрозділів, витрати на утримання складів готової продукції, витрати на рекламу, маркетинг тощо.

Інші операційні витрати включають витрати підприємства на орендні платежі за орендоване майно, витрати на покриття безнадійних та сумнівних боргівпідприємству, витратина виробничізапаси, реалізованіна сторону, суми втрат від знецінення запасів, нестач і псування товарно-матеріальнихцінностей та ін.

Прості (одноелементні) витрати – мають єдиний економічний зміст; наприклад, сировина іматеріали, заробітна плата тощо; ***комплексні*** – різнорідні за своїм складом і охоплюють декілька елементів витрат, їх ще називають непрямими; наприклад, загальновиробничі та адміністративні витрати, втрати від браку.

Прямі – безпосередньо пов'язаніз виготовленням даного видупродукції і можуть бути прямо віднесені на її одиницю, наприклад, матеріальні витрати; ***непрямі*** – пов'язані з виготовленням різних виробів і не можуть прямо відноситись на той чи інший вид продукції; наприклад, заробітна плата управлінського і обслуговуючого персоналу, утримання і експлуатація основних фондів тощо.

Постійні – їх загальна сума не залежить від кількості виготовленої продукції в певних межах, наприклад, витрати на утримання і експлуатацію

будівель і споруд,витрати на управління; у складі постійних розрізняють умовно-постійні витрати, які неістотно змінюються при зміні обсягу виробництва; ***змінні*** – загальна сума витрат за певний час залежить від обсягу виробництва продукції, наприклад, збільшення обсягу виробництва швейних виробів спричиняє відповідне збільшення витрат на закупівлю тканин, збільшення обсягу вантажних перевезень викликає збільшення витрат на пальне; змінні витрати поділяються на *пропорційні* та *непропорційні.*

Важливішою є класифікація витрат за економічними елементами *і* статтями витрат.

За економічними елементами витрати формуються відповідно до їх економічного змісту. Вони є однаковими для всіхгалузей і на їх основі складається кошторис витрат на виробництво.

Елементи витрат на виробництво включають:

– Матеріальні витрати *(сировина, матеріали, комплектуючі, напівфабрикати, паливо, енергія, тара); віднімається вартість повернутих відходів.*

– Оплата праці *(всі форми основної заробітної плати штатного і позаштатного виробничого персоналу підприємства).*

– Єдиний соціальний внесок *(включаються відрахування до Пенсійного фонду на пенсійне забезпечення, до фондів страхування на випадок безробіття, тимчасової втрати працездатності, від нещасних випадків на виробництві; розмір нарахувань встановлюється у відсотках від витрат на оплату праці).*

– Амортизація основних, фондів *(амортизаційні відрахування за встановленими нормами від їх вартості, інших необоротних матеріальних активів та нематеріальних активів).*

– Інші операційні витрати *(вартість робіт, послуг сторонніх підприємств, сума податків, зборів, крім податків на прибуток, втрати від курсових різниць, знецінення запасів, псування цінностей, сума фінансових санкцій тощо).*

Статті витрат – це витрати, які відрізняються між собою функціональною роллю у виробничому процесі та місцем виникнення. За статтями витрат формується ***собівартість одиниці продукції, тобто її калькуляція.***

Згідно з Національними стандартами бухгалтерського обліку в Україні *перелік калькуляційних статей є таким*:

1. Сировина і матеріали (за мінусом зворотних відходів).
2. Паливо та енергія на технологічні цілі.
3. Заробітна плата виробничих робітників (основна і додаткова).
4. Єдиний соціальний внесок.
5. Загальновиробничі витрати.
6. Адміністративні витрати.
7. Підготовка іосвоєння виробництва.
8. Інші виробничі витрати.

9. Витрати на збут (позавиробничі витрати).

Перелік статей калькуляції може бути різним залежно від галузі промисловості, наприклад, він може включати такі статті, як куповані напівфабрикати і комплектуючі вироби, зношування інструментів та пристосувань цільового призначення, втрати від браку та ін.

Відмінність статей витрат від аналогічних елементів витрат полягає у тому, що в першому випадку враховуються тільки витрати на даний виріб, а в другому - усі витрати підприємства, незалежно від того де і на які потреби вони були здійснені.

2. Собівартість продукції, її види і показники

Крім зазначеної класифікації витрат, їх усіх можна представити у *натуральній* і *вартісній* формах. Розрахунок обсягу та облік витрат у ***натуральній формі*** має важливе значення для самого процесу організації виробництва на підприємстві.

Вартісна форма витрат відіграє визначальну роль в процесі оцінювання ефективності діяльності підприємства. Вона включається у вартість виготовленої продукції, відшкодовується за рахунок доходу (виручки) від її реалізації і становить ту її частину, яка називається собівартістю.

Собівартість продукції – це вартісна форма поточних витрат підприємства на підготовку виробництва, виготовллення продукції та її збут.

Собівартість продукції як грошовий вираз витрат підприємства на виробництво і реалізацію продукції характеризує ефективність всього процесу виробництва на підприємстві, оскільки у ній відображаються рівень організації виробничих та інших процесів, технічний рівень виробництва, рівень продуктивності праці та ін.

Собівартість продукції як економічний показник використовується для контролю за ефективністю використання виробничих ресурсів, визначення економічноїефективностіорганізаційно-технічнихзаходів, встановлення цін на продукцію. *Зниження собівартості є основним джерелом зростання прибутку підприємства*.

Для підприємства важливо визначити витрати, яківідшкодовуються за рахунок собівартості, а які – за рахунок прибутку. На практиці не завжди собівартість продукції є повним відображенням дійсних витрат на її виробництво. Через собівартість відшкодовуються лише ті витрати, які забезпечують просте відтворення усіх виробничих чинників: предметів і засобів праці, природних ресурсів, робочої сили.

До них відносяться витрати на:

- вивчення ринку, виявлення величини попиту на продукцію;
- підготовку та освоєння виробництва нової продукції;
- сам процес виробництва продукції;
- обслуговування виробничого процесу та й управління ним;
- збут продукції;
- набір та підготовку кадрів;

– удосконалення процесу виробництва та праці, підвищення його ефективності (крім капітальних витрат);

– дослідження, використання та охорону природних ресурсів.



Рисунок 7.2 – Види собівартості

Планова собівартість визначається перед початком планового періоду на основі прогресивних норм витрат ресурсів та діючих цін на ресурси вмомент складання плану.

Фактична собівартість відображає фактичні витрати підприємства на виробництво і реалізацію продукції за даними бухгалтерського обліку; може бути нижчою або вищою від планової собівартості.

Нормативна собівартість продукції формується із витрат на виробництво та реалізацію продукції, визначених на основі діючих норм витрат ресурсів.

Кошторисна собівартість відображає витрати підприємства на виріб або замовлення, які виконуються в одиничному виробництві або в разовому порядку**.**

Цехова собівартість продукції включає всі прямі поточні витрати, пов'язані з виробництвом продукції у межах цеху підприємства (сировина, заробітна плата основних робітників, нарахування на заробітну плату основних робітників, амортизація обладнання цеху).

Виробнича собівартість продукції охоплює витрати на виробництво продукції в межах усього підприємства, тобто як прямі, так і накладнівиробничі витрати (витрати на енергію на технологічні цілі, витрати на утримання і експлуатацію обладнання, амортизація будівлі виробничого корпусу тощо).

Виробнича собівартість включає виробничі ***накладні витрати***, які називаються ***"загальновиробничими".*** Такі витрати пов'язані з процесом виробництва, але не відносяться прямо на собівартість певного виробу. *Наприклад,* допоміжні матеріали, непряма заробітна плата, витрати на утримання і ремонт будівель, обладнання, амортизація основних фондів, орендна плата, комунальних платежі та ін.

Загальновиробничі витрати відносяться на окремі вироби пропорційно до встановленої бази, в якості якої можуть бути обрані кількість відпрацьованих машино-годин, кількість відпрацьованогочасу основними робітниками (годин), витрати на оплату праці, матеріальні витрати та ін. Розподіл цих витрат здійснюється за допомогою ***коефіцієнта розподілу*.** Він визначаєтьсяяк частка відділення загальної величини загальновиробничих витрат до сукупної бази, *наприклад,* загальної кількості відпрацьованих машино-годин або ін. У такому випадку сума загальновиробничих витрат, яка відноситься на конкретний вид виробів, визначається як добуток коефіцієнта розподілу і кількості машино-годин, затрачених на даний вид виробів.

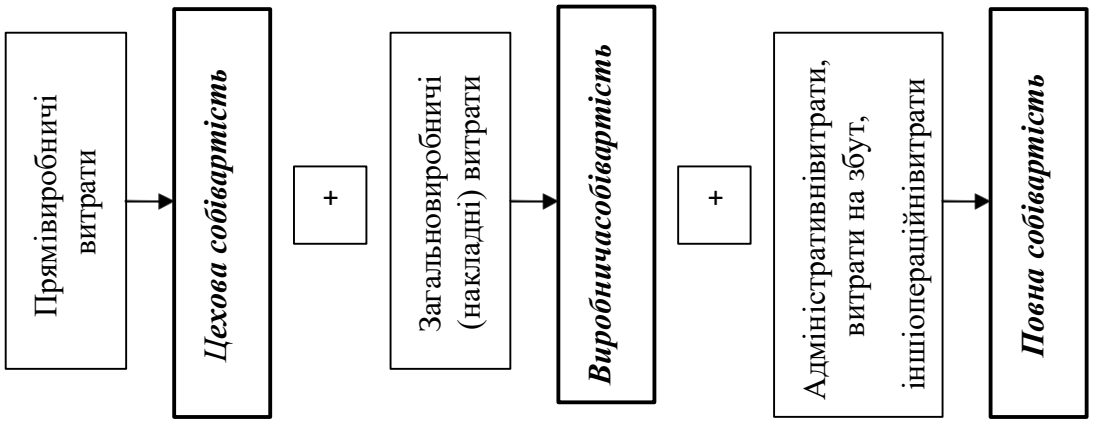


Рисунок 7.3 – "Алгоритм" формуванняповноїсобівартостіпродукції

Повна собівартість продукції складається з виробничої собівартості та позавиробничих витрат підприємства (адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат).

Місячна, квартальна і ***річна собівартість*** продукції відображають витрати за місяць, квартал і рік на виробництво і реалізацію продукції.

Собівартість товарної продукції обчислюється на основі елементів витрат, які відображаються у кошторисі. Якщо ці витрати скоригувати на величину витрат, не включених у виробничу собівартість (витрат на підготовку та освоєння виробництва нової продукції, якщо вони фінансуються з прибутку або інших джерел, позавиробничих витрат, втрат від браку), зміну залишків витрат майбутніх періодів та зміну залишків майбутніх платежів (відпускних, доплат за стаж роботи), то одержується ***собівартість валової продукції***. Після її коригування на зміну залишків незавершеного виробництва за собівартістю, одержується *виробнича собівартість товарної продукції*. Саме вона разом із

сумою позавиробничих витрат становить *повну собівартість товарної продукції.*

Собівартість реалізованої продукції обчислюється коригуванням собівартості товарної продукції на зміну залишків нереалізованої продукції.

Індивідуальна собівартість характеризує витрати окремого підприємствана виробництво іреалізаціюпродукції, а ***галузева($C_{сг}$)*** - середні у галузі витрати на виробництво і реалізацію продукції.

Показниками собівартості продукції, які використовуються вгосподарській практиці, є:

– *витрати на 1грн. товарної продукції* ($B_{1грн.тп}$)*:*

$$B_{1грн.тп} = C_{тп} / Q_{тп}, коп./грн., \quad (7.1)$$

де $C_{тп}$ – собівартість всієї товарної продукції підприємства, грн.;

$Q_{тп}$ – обсяг товарної продукції підприємства, грн.;

– *собівартість окремих видів продукції* визначається на основі калькуляцій;

– *зниження собівартості порівняльної товарної продукції;* використовується на підприємствах зі сталим асортиментом продукції.

3. Формування кошторису витрат на виробництво

План по собівартості продукції на підприємстві включає такі елементи:

– складання кошторису витрат на виробництво;

– складання планових калькуляцій окремих видів продукції;

– планування зниження собівартості товарної продукції.

З метою врахування усіх видів економічно однорідних витрат на виробництвоскладаєтьсякошторисцихвитрат.

Кошторис витрат – це загальна сума витрат підприємства за усіма видами ресурсів, які будуть використані у плановому періоді незалежно від місця виникнення.

Кошторис є зведеним планом витрат підрозділів основного виробництва, підрозділів виробничої інфраструктури та витрат на утримання адміністративно- управлінського персоналу. *Мета його складання* – встановити усю суму витрат на виробництво у плановому році.

Як зазначено вище, кошторис формується за елементами витрат.

1. Матеріальні витрати. Їх частка у собівартості продукції найбільша – 60-90% в залежності від галузі виробництва. Склад матеріальних витрат неоднорідний:

– сировина і матеріали (за вирахуванням вартості зворотних відходів за ціною їх можливого використання або реалізації; включаються комісійні винагороди, оплата посередницьких послуг);

– комплектуючі вироби (деталі, вузли, двигуни таін.);

– куповані напівфабрикати (відливки, штамповки тощо);

– допоміжні матеріали, які використовуються у технологічному процесі або необхідні для його обслуговування, а також для управлінських та господарських потреб (деталі кріплення, інструмент, мастильні матеріали, фарби, клеї, канцелярські товари і т.д.);

– паливо і енергія зі сторони (електроенергія, пара, газ і т.д.) .

2. Оплата праці. Включаються витрати на оплату праці основного виробничого персоналу підприємства, включаючи премії за виробничі результати, стимулюючі та компенсаційні виплати, в тому числі у зв'язку з інфляцією та індексацією доходів у межах передбачених законодавством норм, а також витрати на оплату праці позаштатних працівників підприємства, які зайняті в його основній діяльності:

– оплата фактично виконаної роботи відповідно до тарифних ставок та посадових окладів;

– вартість продукції, яка видається працівникам у формі натуральної оплати;

– преміальні виплати і надбавки за виробничі результати;

– вартість комунальних послуг, харчування, форменого одягу, житла, які безкоштовно надані працівникам підприємств деяких галузей відповідно до чинного законодавства;

– оплата щорічних чергових відпусток,а також відпусток на навчання;

– виплата працівникам, вивільненим з підприємства у зв'язку зіскороченням штатівабо реорганізацією.

3. Єдиний соціальний внесок (ЄСВ) – це обов'язковий платіж до системи загальнообов'язкового державного соціального страхування. Функції адміністрування ЄСВ, тобто його ідентифікації, обліку платників та об'єктів оподаткування, сервісного обслуговування платників, організації та контролю за сплатою внеску покладені на *Державну податкову службу України (ДПС України).*

Платниками ЄСВ є роботодавці (юридичні особи, фізичні особи-підприємці, самозайняті особи), які використовують найману працю і сплачують внесок за найманих працівників або фізичних осіб, з якими укладені цивільно-правові договори; фізичні особи-підприємці та самозайняті особи, які сплачують внесок за себе.

Розмір ставок ЄСВ (нарахувань на фонд оплати праці та утримання із заробітної плати або доходу) визначається чинним законодавством України.

ЄСВ включає відрахування до:

– Пенсійногофонду;

– Фонду страхування на випадок безробіття;

– Фонду із тимчасової втрати працездатності;

– Фонду страхування від нещасних випадків на виробництві

4. Амортизація основних фондів. Включаються витрати, які рівні сумі амортизаційних відрахувань від первісної або залишкової вартості основних виробничихфондів упевномуроці. Ці витрати також включаютьамортизаційні відрахування, здійснені за прискореними методами амортизації, їх індексацію,

суми амортизації нематеріальних активів.

5. Інші операційні витрати (вартість робіт, послуг сторонніх організацій, витрати на набір робочої сили, витрати на відрядження згідно встановлених норм, сума податків, зборів (крім податків на прибуток), оплата робіт по сертифікації продукції, втрати від курсових різниць, знецінення запасів, псування цінностей, сума фінансових санкцій тощо).

Кошториси складаються в цілому на рік зі щоквартальною або щомісячною розбивкою. Вони необхідні не лише для того, щоб знати величинусобівартості, але й планувати її зниження за елементами витрат. Кошториси також використовуються для обчислення собівартості товарної, валової і реалізованої продукції, розрахунку величини прибутку, розробки балансу доходів і витрат підприємства.

Кошторис витрат на виробництво розробляється на основі кошторисів витрат окремих цехів. На їх підставі складається кошторис витрат на виробництво по підприємству в цілому. Зведений кошторис враховуєусі операційні витрати планового періоду.

Кошториси можуть розроблятись і за ***статтями витрат***. Такі кошторисидозволяють узгодити їхз кошторисомзагальновиробничихвитрат,а також калькуляціями на окремі вироби підрозділу.

При формуванні кошторисів використовуються *два підходи:* «з нуля» (якщо підприємство змінює профіль своєї роботи або лише розпочинає свою роботу), планування від досягнутого (якщо підприємство не змінює профілю своєї роботи).

Кошториси формуються з використанням різних ***методів.***

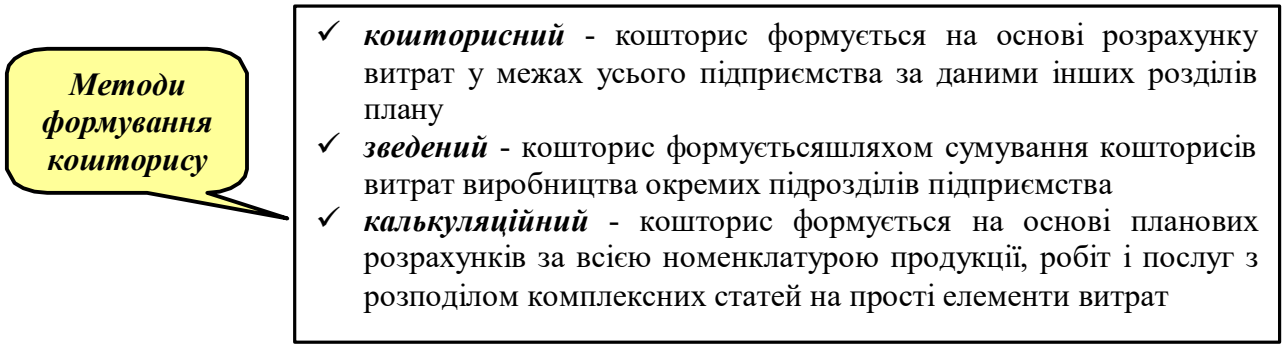


Рисунок 7.4 – Методи формування кошторису

На вітчизняних підприємствах найпоширенішим є кошторисний метод, оскільки його використання забезпечує взаємозв’язок і приведення в єдину системурозрахунківзведеногокошторису.

4. Калькулювання витрат на виробництво та реалізацію продукції

Обчислення собівартості продукції на підприємстві не обмежується формуванням кошторису витрат на виробництво. Для визначення багатьох показників та прийняттявідповідних економічних рішень важливо знати ***собівартість одиниці продукції,*** *наприклад*, для обґрунтуванняможливості

виробництва нової продукції, розрахунку цін на продукцію, рентабельності виробництва окремих видів продукції та ін.

Калькулювання собівартості продукції – це процес обчислення собівартості одиниці продукції.

Калькулювання собівартості продукції передбачає вибір об'єкта калькулювання, калькуляційної одиниці, методу калькулювання та калькуляційних статей витрат.

Об'єкт калькулювання – цепродукція (робота,послуга), собівартість яких обчислюється. До них належать готова продукція (основна і допоміжна), напівфабрикат, вузол, деталь, роботи, послуги.Причому йдеться про продукцію, призначену як для реалізації на сторону, так і для внутрішнього споживання.

Для кількісного вимірювання об'єкта калькулювання обирається ***калькуляційна одиниця.*** За калькуляційну одиницю можуть бути прийняті *кг* або *т* маси, $м^2$ площі, $м^3$ об'єму, кількість *штук* та ін.

Методи калькулювання передбачають застосування окремих ***прийомів розподілу витрат*** за калькуляційними статтями та віднесення їх на окремий об'єкт калькулювання.Такими прийомами є:

– *калькулювання за повними витратами* – передбачає включення у собівартість продукції усіх витрат, пов'язаних з виробництвом та реалізацією продукції: виробничих, адміністративних, збутових та інших операційних витрат підприємства; накладні витрати розподіляються за конкретними об'єктами калькулювання пропорційно до обраної бази розподілу;

– к*алькулювання з азмінними витратами* (DirectCosting) – ґрунтується на визначенні неповної собівартості продукції; при застосуванні цього методу у собівартість продукції включаються лише змінні виробничі витрати.

Конкретними ***методами калькулювання*** є:

Методи калькулювання собівартості

- ***нормативний*** - витрати на одиницю продукції встановлюютьсяза нормами
- ***параметричний*** - використовується при обчисленні собівартості нових виробів; витрати на проектований виріб встановлюються, виходячи із залежності рівня цих витрат від зміни техніко-економічних параметрів виробу
- ***розрахунково-аналітичний***- прямі витрати на виробництво одиниці продукції розподіляються на основі діючих норм, а непрямі - пропорційно обраній базі розподілу

Рисунок 7.5 – Методи калькулювання собівартості

Номенклатура ***статей калькуляції*** наведена вище, а склад кожної з них такий:

1. Стаття "Сировина і матеріали (за мінусомзворотних відходів) " включає витратина сировину, основні і допоміжніматеріали, куповані вироби і напівфабрикати, а також транспортно-заготівельні витрати; вартість зворотних відходів віднімається за ціною їх можливого використання або реалізації.

2. Стаття "Паливо та енергія на технологічні цілі" включає

витратина паливо, електроенергію, пару тощо, які безпосередньо використовуються в технологічному процесі, за нормами витрат, тарифами та цінами.

3. Стаття "Заробітна плата виробничих робітників" включає витрати на оплату праці робітників, безпосередньо зайнятих виготовленням продукції – основна заробітна плата, яка обчислюється на підставі трудомісткості технологічних операцій, тарифних ставок або відрядних розцінок; витрати на оплату відпусток, часу виконання державних обов'язків, доплати за виконаннядодаткових функцій та ін. – додаткова заробітна плата, обчислюється у відсотках до основної.

4. Стаття "Відрахування на соціальні заходи виробничих робітників (тепер – Єдиний соціальний внесок") включає певні суми нарахувань на фонд оплати праці згідно встановлених законодавством ставок та їх відрахування у вигляді ЄСВ (з розподілом до Пенсійного фонду, фонду страхування навипадок безробіття, фонду із тимчасової втрати працездатності та фонду страхування від нещасних випадків на виробництві).

5. Стаття "Загальновиробничі витрати" включає виробничі накладні витрати на організацію виробництва та управління цехами, дільницями, відділеннями, бригадами та іншими підрозділами основного і допоміжного виробництв, а також витрати на утримання і експлуатацію машин та устаткування; обчислюються шляхом складання кошторису цих витрат на певний період та їх розподілу на одиницю продукції пропорційно обраній базі розподілу.

6. Стаття "Адміністративні витрати" відображає загальногосподарські витрати, пов'язані з управлінням та обслуговуванням підприємства; до них належать витрати на утримання адміністративно-управлінського персоналу, на їх службові відрядження, на утримання основних засобів, інших матеріальних необоротних активів загальногосподарського призначення (оренда, амортизація, ремонт, комунальні послуги), на охорону, юридичні, аудиторські, транспортні послуги; поштово-телеграфні, канцелярські витрати та ін.; обчислюються згідно встановлених норм, тарифів та цін.

7. Стаття "Підготовка та освоєння виробництва" включає витрати на введення в експлуатацію нових підприємств, цехів; підготовку та освоєння виробництва нової продукції, підготовчі роботи в добувних галузях промисловості; списуються на продукцію рівними частками за встановлений період їх відшкодування.

8. Стаття "Інші виробничі витрати" включає сплату відсотків за короткостроковими позиками банків, оплату робіт із сертифікації та інші витрати, які включаються у собівартість продукції, але не віднесені до перелічених вище статей.

9. Стаття "Витрати на збут (позавиробничі витрати)" включають витрати на пакувальні матеріали, транспортування продукції за умовами договору, витрати на маркетинг і рекламу, на оплату праці та комісійні продавцям, торговим агентам, працівникам відділу збуту, на амортизацію,

ремонт і утримання основних фондів та інших матеріальних необоротних активів, які використовуються для забезпечення збуту продукції.

У разі необхідності розрахунку собівартості нової продукції на етапах її проектування, розробки та освоєння виробництва, витрати на таку продукцію визначаються за допомогою різних ***методів прогнозування***.

Такі методи називаються *параметричними,* оскільки ґрунтуються на залежності собівартості продукції від їїтехнічних та експлуатаційних параметрів і використовуються тоді, коли відсутня технічна документація і відповідна нормативна база.

Донихналежать:

а) метод питомих витрат – є найпростішим, але найменш точним; собівартістьнового виробуобчислюєтьсяякдобутокпитомихвитрат (витратна одиницю параметру) базового виробу та параметру нового виробу, *наприклад,* питомих витрат на одиницю потужності базового виробу на потужність нового виробу;

б) бальний метод – є найбільш точним, оскільки враховує не один, а кілька параметрів нового виробу і ґрунтується на експертній оцінці впливу основних параметрів виробу на його собівартість; кожний параметр базового виробу оцінюється певною кількістю балів, визначається «собівартість» одного бала, а собівартість нового виробу є добутком цієї «собівартості» на кількість параметрів та кількість балів по кожномуз них;

в) кореляційний метод – дозволяє встановити залежність собівартості нового виробу від його параметрів у вигляді лінійних та інших залежностей собівартості виробу та його основних параметрів; цей метод є найбільшточним і поширеним;

г) агрегатний метод – собівартість нового виробу визначається як сума собівартості конструктивних його частин (агрегатів); вартість уніфікованих агрегатів враховується за існуючими цінами, а оригінальних - обчислюється однимізнаведенихвищеметодівабовизначаєтьсяекспертнимшляхом;

д) графо-аналітичний – передбачає проведенняаналізусобівартостібазових виробів-аналогів, з якими може бути порівняний новий виріб; в основі методу - використання графічнихзалежностей (кривих)між вартістю основнихматеріалів і комплектуючих та витратами на заробітну плату та ін.; використовувати цей метод доцільно на етапі ескізного проектування, оскільки на ньому можливо наближено визначити витрати на матеріали і комплектуючі вироби.

5. Джерела, чинники і шляхи зниження собівартості продукції

Перші два елементи плану підприємства по собівартості продукції (складання кошторисувитратна виробництво та планових калькуляцій окремих видів продукції) охарактеризовані вище. При плануванні зниження собівартості товарної продукції, насамперед, важливо визначити, за рахунок яких джерел можливо досягти такого зниження і якими є шляхи їх використання.

Джерелами зниження собівартості продукції є ті витрати, за рахунок економії яких знижується собівартість продукції, а саме:

– витрати уречевленої праці, які можуть бути знижені за рахунок покращення використання засобів та предметів праці;

– витрати живої праці, які можуть бути скорочені завдяки зростанню продуктивності праці;

– адміністративно-управлінські витрати.

Зниження собівартості продукції може досягатись у результаті одночасної економії всіх витрат. Однак, часто економія одного виду витрат одержується за рахунок збільшення іншого. *Наприклад,* економія живої праці, як правило, супроводжується збільшенням амортизаційних відрахувань за рахунок придбання нових засобів праці.

Зниження собівартості продукції у всіх галузях забезпечується, насамперед, за рахунок *зростання продуктивності праці*, яка має двоякий впливна собівартість. *По-перше,* в результаті підвищення продуктивності праці знижується трудомісткість, а, відповідно, і витрати заробітної плати на одиницю продукції. *По-друге,* її зростання призводить до збільшення абсолютного обсягу виробництва, що скорочує умовно-постійні витрати на одиницю продукції.

Визначальним джерелом зниження собівартості, особливо у матеріаломістких галузях, є *економія матеріальних витрат* на основі раціонального використання матеріальних ресурсів, а також *підвищення завантаження основних фондів, скорочення витрат на управління і обслуговування.*

Зниження собівартості продукціїдосягається за рахунок різних ***чинників,*** тобто заходів, які викликають зміну її складових. Всі чинники поділяються на *дві групи:* народногосподарські та виробничі.

Загальноекономічні не залежать від діяльності підприємства і визначаються на державному або галузевому рівнях, *наприклад,*зміна вартості енергоносіїв, нормативів відрахувань на соціальне страхування, пенсійне забезпечення, перегляд тарифних ставок, митних правил та ін.

Виробничі (техніко-економічні) – це чинники, які залежать від діяльності конкретного підприємства. До них належать:

– підвищення технічного рівня виробництва;

– вдосконалення організації виробництва і праці;

– зміна обсягу і структури продукції.

Врахування техніко-економічних чинників дозволяєпланувати оптимальний рівень витрат і завдання по їх зниженню.

Основними ***шляхами зниження собівартості продукції*** є скорочення тих витрат, які мають найбільшу питому вагу в її структурі.

6. Планування зниження собівартості продукції

Планування зниження собівартості товарної продукції на практиці здійснюється шляхом розрахунку зниження витрат на 1 грн. товарної продукції під впливом згаданих вище чинників.

Розрахунок зниження собівартості товарної продукції за відповідними факторами здійснюється в такій послідовності.

1. Визначають витрати на 1грн. товарної продукції у базовому році:

$$B_{1грн.тпбаз}=C_{тпбаз}/Q_{тпбаз},коп./грн. \qquad (7.2)$$

2. Визначають вихідну собівартість товарної продукції у плановому році ($C_{вих.пл}$):

$$C_{вих.пл}=B_{1грн.тпбаз}\text{x}Q_{тппл},грн., \qquad (7.3)$$

де $Q_{тппл}$ – плановийобсягтоварноїпродукціїпідприємства,грн.

3. Визначають економію витрат за техніко-економічними факторами методом прямого розрахунку:

а)підвищення технічного рівня виробництва може спричинити:

✓ економію витрат за рахунок зниження норм витрат матеріалів *($E_м$):*

$$E_м=(H_0\text{x}Ц - H_1\text{X}Ц)\ \text{x}N_1,грн., \qquad (7.4)$$

де H_0, H_1 – нормавитратматеріалівдоіпісляздійсненнязаходу, нат.од.;

$Ц$ – цінаодиниціматеріальногоресурсу,грн.;

N_1 – обсягвипускупродукціїпіслязздійсненнязаходу, нат.од.

✓ зростання продуктивності праці, тобто зниження трудомісткості виготовлення продукції *($E_т$):*

$$E_т=[(t_0x\ C_{г0}–C_{г1})X(1+\%дод/100)\text{x}(1+\%ЄСВ/100)]\text{x}N_1,грн., \qquad (7.5)$$

де t_0, t_1 – трудомісткість одиниці продукції до і після здійснення заходу, нормо-годин;

$C_{г0}, C_{г1}$ – середньогодинна тарифна ставка робітників до і після здійснення заходу, грн./год.;

%дод – середній процент додаткової заробітної плати для певної категорії робітників;

%ЄСВ – встановлена ставка єдиного соціального внеску;

б) удосконалення організації виробництва і праці спричиняє економіювитрат за рахунок поглиблення спеціалізації і розширення кооперування виробництва *($E_{ск}$)*;

$$E_{ск}=[C-(Ц_с+T_р)]x\ N_К, грн., \qquad (7.6)$$

Де *С* – собівартість продукції, виробництво якої планується розмістити на спеціалізованих підприємствах, грн./од.;

$Ц_с$ – гуртова ціна за виріб, виготовлений на спеціалізованому підприємстві, грн./од.;

$Т_р$ –т ранспортно-заготівельні витрати на одиницю виробу, грн./од.;

NК – кількість виробів, які отримуватиме підприємство по кооперації зі спеціалізованих підприємств з моменту проведення спеціалізації до кінця року, нат.од.;

в) зміна структури і обсягу продукції спричиняє відносне зниження умовно- постійних витрат $(Е_{у-п})$:

$$Е_{у-п}=\Delta Q_{пл} х П_{у-п}/100, грн, \qquad (7.7)$$

де $\Delta Q_{пл}$ – приріст обсягу випуску продукції в плановому році,%;

$П_{у-п}$ – сума умовно-постійних витрат в базовому році,грн.

4. Визначають планову собівартість продукції ($С_{тппл}$):

$$Стппл=С_{вихпл}\pm Е_{сум}, грн., \qquad (7.8)$$

де$Е_{сум}$ – сума економії витрат за усіма техніко-економічними факторами, грн.

5. Визначають рівень витрат на 1 грн. ТП у плановому році ($В_{1грн.тппл}$):

$$В1грн.\ тппл=Стппл./Qтппл, коп./грн. \qquad (7.9)$$

6. Розраховують процент зниження затрат на 1грн. ТП у плановому році порівнянні з базовим (γ):

$$\gamma=(В1грн.тпбаз-В1грн.тппл)/\ В1грн.тпбаз х100,\%. \qquad (7.10)$$

Обчислити процент зниження собівартості товарної продукції можна ***укрупненим методом, який називається індексним.*** Він дозволяє врахувати впливвідразі усіх чинників, які можуть вплинути на рівень витрат підприємства.

1) зниження собівартості продукції за рахунок зміни норм витрат матеріалів тазміни цін на них ($\Delta С_м$):

$$\Delta С_м=(1 - І_н х І_ц) х П_{мз},\%, \qquad (7.11)$$

де $І_н$ – індекс зміни норм витрат матеріалів на один виріб;

$І_ц$ – індекс зміни цін на одиницю матеріального ресурсу;

$П_{МЗ}$ – питома вага матеріальних затрат в собівартості продукції,%.

2) зниження собівартості продукції за рахунок росту продуктивності праці ($\Delta C_{пп}$):

$$\Delta C_{пп}=(1-I_{зп}/I_{пп})\text{x}П_{зп},\%, \qquad (7.12)$$

де $I_{зп}$ – індекс росту середньої заробітної плати;
$I_{пп}$ – індек сросту продуктивності праці;
$П_{зп}$ – питома вага заробітної плати в собівартості продукції,%.

3) Зниження собівартості продукції за рахунок зниження умовно-постійних витрат ($\Delta C_{у-п}$):

$$\Delta C_{у-п}=(1-I_{у-п}/I_q)xП_{у-п},\%, \qquad (7.13)$$

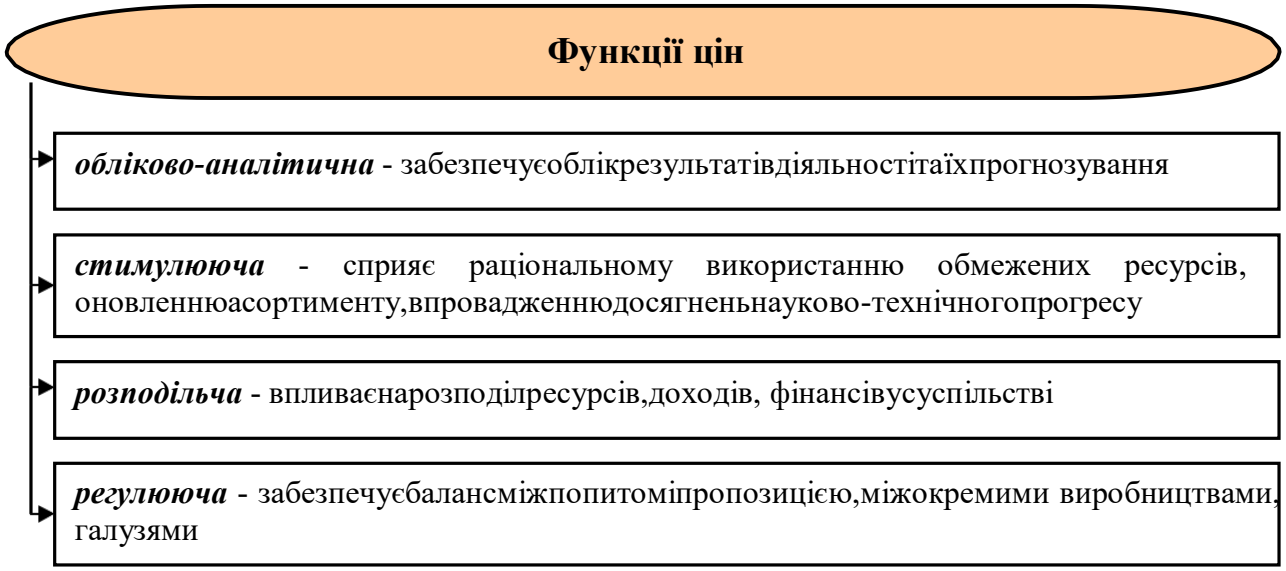
де $I_{у-п}$ – індекс росту умовно-постійних витрат;
I_q – індекс ростуобсягувиробництвапродукції;
$П_{у-п}$ – питома вага умовно-постійних затрат в собівартості продукції,%.

7. Економічний зміст, функції і види цін

У ринковій економіці важко переоцінити роль такої економічної категорії, як ціна. Ціна лежить в основі товарно-грошових відносин, через неї формується більшість економічних взаємозв'язків у суспільстві.

Ціна – це грошовий вираз вартості товару, кількість грошей, яка сплачується (одержується) за одиницю товару або послуги.

Ціни, які відображають суспільно необхідні витрати на виробництво і реалізацію продукції, узгоджуються з вимогами закону вартості. Вони дозволяють порівнювати витрати і результати виробництва, забезпечують



еквівалентний обмін товарами, дозволяють використовувати вартісні показники для встановлення правильних господарських пропорцій тощо.

Рисунок 7.6 – Функції цін

Ціна є нормою обміну товару на гроші, але, разом з тим, вона відображає споживчі властивості (корисність) товару, купівельну спроможність грошової одиниці, ступінь рідкісності товару, силу конкуренції на ринку, вплив держави на ринок та поведінку економічних суб'єктів на ньому та ін.

Усі ціни поділяються на *дві великігрупи*: виробничііспоживчі.

Виробничі ціни – це ціни, за якими реалізується продукція і надаються послуги іншим підприємствам та організаціям (гуртові, закупівельні, кошторисні ціни, тарифи на перевезення всіма видами транспорту та на виробничі послуги).

Споживчі ціни – ціни на товари і послуги, які реалізуються населенню (роздрібні ціни, ціни на продукцію закладів громадського харчування, тарифи на комунальні, побутові, транспортні, туристичні та інші послуги, ціни на житло).

За різними ознаками класифікації ціни поділяються на певні види (рис.7.7).

Крім того, в сучасній практиці господарювання застосовуються різні види ринкових цін, які класифікуються ***без певної ознаки***: демпінгові, дискримінаційні, паритетні, престижні та ін. *Наприклад, дискримінаційна ціна* - це ціна, яку застосовує підприємство з монопольним (домінуючим) становищем на ринку. Рівень такої ціни для окремих суб'єктів господарювання та покупців має різну величину без об'єктивних на це причин, що може призвести до обмеження абонедопущення конкуренції, ущемлення інтересів іншихсуб'єктів ринку.

Наведемо характеристику деяких найчастіше використовуваних видів цін.

Світовіціни – це ціни, за якими товари реалізуються на світовому ринку; визначаються рівнем цін країни-експортера, біржовими та аукціонними цінами, цінами провідних фірм-виробників світу.

Гуртові (відпускні) ціни – це ціни за якими державні, колективні та приватні підприємства розраховуються між собою або з гуртовими посередниками за великі партії товарів. Гуртові ціни поділяються на гуртові ціни підприємства та гуртові ціни промисловості.

Закупівельні ціни – ціни, за якими сільськогосподарські виробники (кооперативні, колективні, державні, фермерські, особисті підсобні господарства) продають свою продукцію державним, кооперативним, переробним, торгівельним та іншим фірмам. Закупівельні ціни використовуються також при заготівлі продукції хутрового звірівництва, рибництва, вторсировини.

Кошторисні ціни – ціни та розцінки, які використовуються для визначення розрахункової вартості нового будівництва, реконструкції будівель та споруд, їх розширення та переоснащення.

Роздрібні ціни – ціни, за якими здійснюється продаж товарів населенню торгівельними підприємствами або закладами ресторанного господарства.

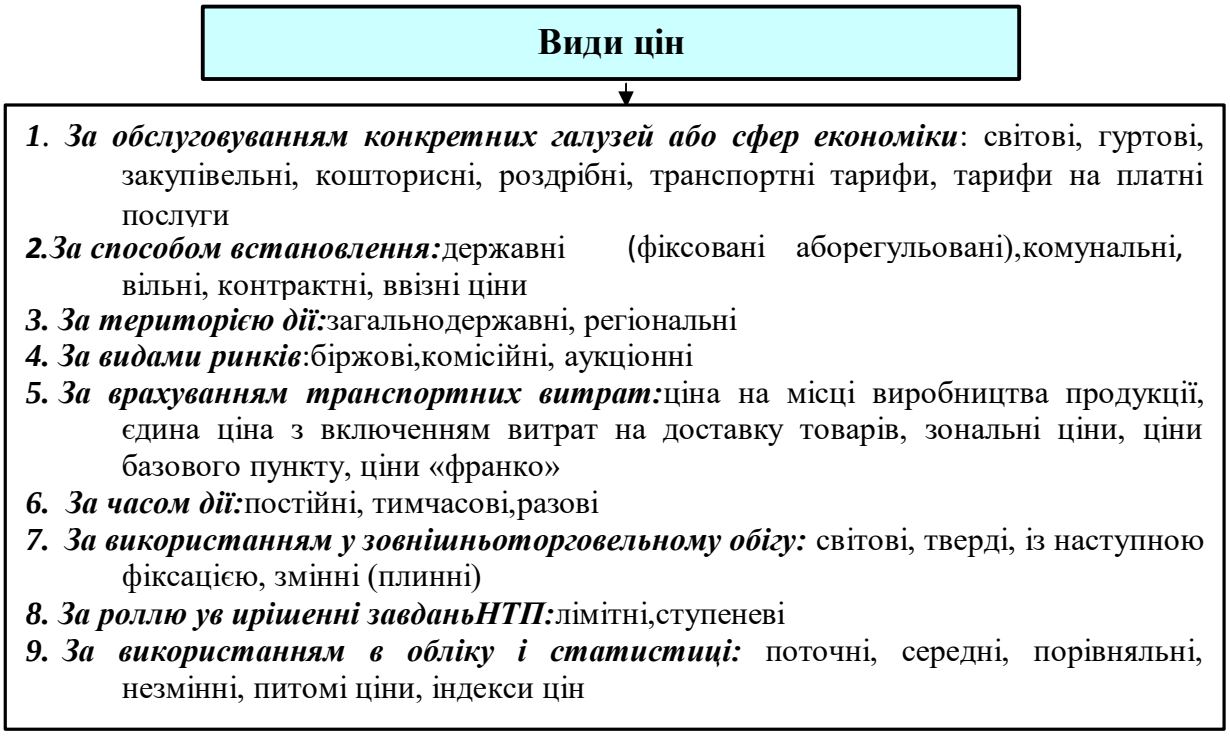


Рисунок 7.7 – Класифікація видів цін

Транспортні тарифи – це плата за перевезення пасажирів або вантажів, яка сплачується транспортним підприємствам населенням, відправниками або одержувачами вантажів.

Тарифи на платні послуги – це розмір оплати житлових, комунальних, побутових, туристичних, банківських, юридичних та інших послуг, які надаються фізичними або юридичними особами.

Державні ціни (можуть бути *фіксованими* або *регульованими)* встановлюються на продукцію державних підприємств, на деякі ресурси, що мають визначальний вплив на загальний рівень і динаміку цін, соціально значимі товари та послуги. Перелік зазначених ресурсів, продукції, послуг затверджує Кабінет Міністрів України. Відповідно до чинного законодавства державні ціни встановлюються також на продукцію (послуги) природних монополістів, на імпортні товари, придбані за рахунок коштів Державного бюджету України.

Розмір *державних фіксованих цін* визначається рівнем рентабельності виробництва продукції у певних галузях і полягає у встановленні гранично високих рівнів цін на окремі товари. *Державні регульовані ціни* є перехідною ланкою від адміністративного встановлення цін до ринкових договірних та вільних цін. Регулювання здійснюється шляхом встановлення граничних рівнів торгівельних надбавок і постачальних винагород, граничних рівнів рентабельності або шляхом запровадження обов'язкового декларування зміни цін.

Комунальні ціни встановлюються на продукцію та послуги, які виробляються комунальними підприємствами. Їх державне регулювання здійснюється в такий самий спосіб, як і державних цін.

Вільні ціни визначаються на всі види продукції (робіт, послуг), за винятком тих, на які встановлено державні ціни. Вільні ціни визначаються суб'єктами господарювання самостійно за згодою сторін з врахуванням попитуі пропозицій на ринку товарів. Вони орієнтовані на економічну зацікавленість виробників у розширенні асортименту товарів та запобігання ажіотажного попиту і спекуляції. Вільні ціни формуються виходячи з вартості закупівлі продукції за гуртовими цінами і торговельних надбавок.

Контрактні ціни (зовнішньоторговельні) – використовуються при здійсненні експортно-імпортних операцій в розрахунках з іноземними контрагентами. Такі ціни формуються відповідно до цін та умов світового ринку та індикативних цін.

Ввізні ціни – встановлюються на імпортні підакцизні товари, які оподатковуються податком на додану вартість *(ПДВ)* і підлягають обкладенню ввізним митом; основою розрахунків таких цін є митна вартість товарів, виражена в національній валюті.

Регіональні ціни встановлюються місцевими органами влади на окремі товари, роботи, послуги, *наприклад,* вартість проїзду в міському транспорті, тарифи на житлово-комунальні послуги та ін.

Ціни "франко" – це гуртові ціни, які встановлюються з врахуванням передбаченого контрактом порядку відшкодування транспортних витрат на доставку товарів покупцеві. Існують різновиди цін«франко», кожен з яких показує, до якого пункту на шляху руху товару від продавця до покупця додаткові витрати включаються в ціну за угодою купівлі-продажу. *Наприклад:*

– ціна *"франко – склад постачальника"* не включає ніяких витрат із пересування товару від продавця до покупця, всі ці витрати покупець сплачує понад ціну товару;

– ціна *"франко – станція відправлення"* враховує ціну товару і витрати продавця на переміщення товару від свого складу до станції відправлення, всі подальші витрати, пов'язані з доставкою товару на склад покупця, сплачуються додатково;

– ціна *"франко – вагон станціїпризначення"* – крім цінитовару, включає витрати на перевезення зі складу продавця до станції призначення без вивантаження товаруіз вагонів, витрати наподальшетранспортування товару до свого складу покупець оплачує додатково;

– ціна *"франко – склад покупця"* – враховує ціну товару і всі витрати з його пересування зі складу продавця до складу покупця та ін.

Ціни "франко" часто використовуються при укладанні зовнішньоторговельних угод. В такому випадку сторони використовують базисні умови постачання, які наведені у спеціальній збірці *Міжнародної торгівельної палати "Інкотермс".* Найбільш часто використовуваними єтакі ціни "франко": *EX* – "франко-завод" (продавець зобов'язаний надати товар на своєму підприємстві у розпорядження покупця); *DAF* – постачання до кордону, зобов'язання продавцязакінчуються перед митним кордоном країни-імпортера; *DDP* – постачання з оплатою мита; *FAC* – франко уздовж борту судна, на

продавця покладені обов'язки розмістити товар уздовж борту судна на набережній у вказаному порту та ін.

Тверді ціни – встановлюються в момент підписання контракту і не змінюються впродовж терміну його дії.

Лімітні ціни – встановлюються на стадії розробки нової продукції і відображають гранично допустимий рівень її ціни.

Ступеневі ціни – це гуртовіціни, які поступово знижуються на певних етапах серійного випуску продукції.

8. Формування гуртових і роздрібних цін на продукцію

Восновіформуваннягуртовихтароздрібнихцін(тайбільшостіцінвзагалі) лежить собівартість продукції.

При формуванні ***гуртових цін підприємства*** до собівартості продукції, поданої у форму калькуляції, додаються: сума прибутку, податок на додану вартість, акцизний податок *(АП)*.

Таблиця 7.1 – Формування гуртової ціни підприємства

собівартістьпродукції	прибуток	ПДВ	АП	гуртова ціна підприємства		
собівартістьпродукції	прибуток	ПДВ	АП	ПЗН	гуртова ціна промисловості	
собівартістьпродукції	прибуток	ПДВ	АП	ПЗН	ТН	роздрібна ціна

Сума *прибутку* визначається виходячи із норми рентабельності продукції.

Податок на додану вартість (ПДВ) є видом універсального акцизу, який встановлюється за єдиною ставкою до всього обороту. Це основний вид непрямого оподаткування, який забезпечує основну масу податкових надходжень до державного бюджету. ПДВ встановлюється як процентна надбавка до цін. Реальним об'єктом оподаткування є додана вартість – сума заробітної плати і прибутку, оскільки при утриманні ПДВ вираховується тайого сума, яка сплачена платником своїм постачальникам.

В Україні на законодавчому рівні встановлені єдині ставки ПДВ, які можуть періодично переглядатись.

Акцизний податок є непрямим податком, яким обкладаються високорентабельні і монопольні товари. Такі товари не належать до товарів першої необхідності. Перелік підакцизних товарів і ставки акцизного податку затверджуються згідно чинного законодавства України. Ставки податку встановлюються у відсотках або "твердих" розмірах для кожного виду товарів.

Платниками *АП* є національні виробники підакцизних товарів (*наприклад,* автомобілів, пального, алкоголю, тютюнових виробів тощо) та суб'єкти, які імпортують або реалізують підакцизні товари. В кінцевому підсумку сплата *АП* «лягає на плечі» покупців товарів, а не їх виробників чи імпортерів.

Гуртова ціна промисловості є сумою гуртової ціни підприємства і постачальницько-збутовоїнадбавка *(ПЗН*). *Постачальницько-збутова надбавка* включає витрати і прибуток постачальницько-збутових організацій (*наприклад,* гуртово-посередницьких фірм).

Роздрібна ціна включає гуртову ціну промисловості і торговельну надбавку *(ТН)*. *Торговельна надбавка (націнка)* покриває витрати торгівельних організацій і забезпечує їм одержання прибутку. Крім того, роздрібні ціни можуть включати спеціальні надбавки, *наприклад,* за наявність сертифіката відповідності міжнародним системам оцінки якості, за додаткові послуги продавця та ін.

Охарактеризований метод формування гуртових і роздрібних цін має назву *витратного методу*, оскільки ґрунтується на даних про всі витрати на виробництво і збут продукції.

Специфіка ринкового ціноутворення полягає в тому, що витрати на виробництво і збут продукції безпосередньо рівень ціни не визначають. Тому поряд із витратним методом використовуються інші методи ціноутворення.

9. Методи ціноутворення

Рівень ціни на продукцію, крім витрат на її виробництво і збут, визначається низкою інших *чинників*, важливішими з яких є:

– державне регулювання цін;
– конкуренція виробників;
– співвідношення попиту і пропозиції;
– купівельна спроможність грошей;
– якість товару та ін.

Усі вони формують ринкову кон’юнктуру, яка визначає загальні підходи до ціноутворення.

Ціноутворення – це процес обгрунтування, затвердження та перегляду цін і тарифів, визначення їх рівня, співвідношення та структури.

Залежно від того, яку мету переслідує підприємство чи фірма на ринку, розрізняють різні підходи до ціноутворення. Такими *цілями діяльності підприємства* по оптимізації ціни можуть бути:

– *виживання на ринку* як мету ставлять тоді, коли ринок досяг майже граничної ємності; для забезпечення життєздатності підприємства можуть встановлювати низькі ціни, сподіваючись на чутливість ринку до них;

– *максимізація прибутку*; в цьому випадку зіставляються попит і витрати на виробництво з альтернативними цінами і вибирається та з них, яка забезпечить максимальний прибуток;

– *лідерство на ринку* досягається шляхом зниження витрат і одержання високого і тривалого прибутку; встановлюються низькі ціни з метою збільшення частки підприємства на ринку;

– *лідерство щодоякості товарів* передбачає встановлення відносно високих цін, які повинні компенсувати високі витрати підприємства на науково-дослідні роботи і забезпечення якості.

Враховуючи перелічені чинники впливу на рівень цін, обрану підприємством ринкову стратегію, з метою встановлення оптимального рівня цін використовуються такі *методи ціноутворення:*

1. Метод "витрати+прибуток". За цим методом ціна *(Ц)* обчислюється за формулою:

$$Ц=С+П, грн., \qquad (7.14)$$

де *С* – собівартість продукції, грн.;

П – величина прибутку в ціні,грн.

2. Отримання цільової норми прибутку – метод ціноутворення, орієнтований на витрати і цільову норму прибутку. Підприємства намагаються встановити таку ціну, яка б забезпечувала прибуток, запланований у відсотках на інвестований капітал. При цьому використовується *концепція беззбитковості.* Ціна за цією методикою формується виходячи із залежності між загальними витратами, виручкоюта обсягом продажу:

$$Ц= Взм\frac{Впост.+Пзаг}{N}, грн., \qquad (7.15)$$

де $В_{зм}$ – величина змінних затрат на одиницю продукції, грн.

$В_{пост}$ – постійні витрати на виробництво даної продукції за певний період (рік), грн.;

$П_{заг}$ – загальна сума прибутку, яка має бути одержана за тойже період від продажу продукції, грн.;

N – обсяг продажу продукції, нат.од.

3. Оцінка споживчої вартості – метод, який ґрунтується на оцінці споживчого ефекту, одержаного споживачем від використання товару. Цей метод ціноутворення пов'язаний з певними ризикам через неоправдане завищення або заниження ціни.

4. Пропорційне ціноутворення – метод, за якого фірми виходять не стільки з власних витрат, оцінки споживчої вартості чи попиту, скільки із цін конкурентів. При цьому методі (його ще називають «за рівнем конкуренції») ціна встановлюється як функція цін на аналогічну продукцію конкурентів, тобто:

$$Ц=f(Ц_1,Ц_2,....Ц_n)грн., \qquad (7.16)$$

де *n* – кількість продавців аналогічної продукції.

5. Метод "очікуваного прибутку" найчастіше застосовується тоді, коли підприємство планує підписати контракт і, пропонуючи більш низькі ціни, ніж інші виробники, має шанси виграти боротьбу за нього.

6. Метод швидкого повернення витрат. Використовується підприємствами з метою активного продажу великих обсягів продукції і швидкого повернення затрачених коштів. Така поведінка може бути викликана

невпевненістю виробників у тривалому успіхові їх продукції на ринку.

Існують ще й інші методи ціноутворення, але при використанні будь-якого з них ціна коригується на величину певних знижок або доплат, *наприклад,* за оплату готівкою, величину придбаної партії товару, доставку, сезонні знижки тощо.

У середині системи цін можна виділити такі ***типи модифікованих цін:*** *ціни зі знижками, ціни стимулювання покупок, пільгові ціни та ін.*

Ринкові умови господарювання вимагають впорядкування системи ціноутворення. Вона повинна відповідати законам ринкової економіки.

Стратегія ціноутворення в умовахринку ґрунтується на трьохфакторах - *витратах, попиті* та *конкуренції*. Підприємства в цих умовах мають широкі можливості у формуванні цін на товари, послуги. Проте ***держава повинна ефективними методами регулювати процеси ціноутворення***. Насамперед йдеться про контроль і регулювання з боку держави цін на стратегічно важливі товари, про підтримку виробництва низькорентабельних, але необхідних споживачам товарів через систему державних дотацій і субсидій, *наприклад,* виробників сільськогосподарської продукції, деяких видів пасажирських перевезень, комунальних послуг та ін.

Важливим напрямком державного контролю є ціни на продукцію підприємств-монополістів з метою запобігання встановленню демпінгових цін як засобу витіснення конкурентів з ринку.

Потребують державної участі такі питання, як встановлення обґрунтованих ставок податку на додану вартість, акцизного збору та мита як видів непрямих податків. Ці податки спричиняють зростання цін на продукцію, знижують її конкурентоспроможність та конкурентоспроможність їївиробників.

Самі підприємства повинні встановлювати ціни на товари, виходячи із поставленої мети ціноутворення. Процес ціноутворення повинен бути гнучким, цінові стратегії підприємств повинні відображати конкретні ринкові цілі, яких вони хочуть досягти на певному етапі своєї діяльності.

Державне регулювання ціноутворення в Україні визначається відповідними законодавчими актами. Так, у *ст.10 Господарського Кодексу України* йдеться про те, що цінова політика є одним із основних напрямків економічної політики держави і вона спрямованана регулювання державою відносинобмінуміжсуб'єктамиринкузметоюзабезпечення еквівалентностів процесі реалізації національного продукту, дотримання необхідноїпаритетності цін між галузями та видами господарської діяльності, а також забезпечення стабільності гуртових та роздрібних цін.

Політика ціноутворення, порядок встановлення та застосування цін, повноваження органів державної влади та органів місцевого самоврядування щодо встановлення та регулювання цін, а також контролю за цінами і ціноутворенням визначаються *Законом України «Про ціни і ціноутворення»,* іншими законодавчими актами.

Питання для самоконтролю

1. Наведіть класифікацію витрат підприємства.
2. Наведіть перелік калькуляційних статей згідно з Національними стандартами бухгалтерського обліку в Україні.
3. Які Ви знаєте види собівартість продукції ?
4. За якими елементами формується кошторис витрат на виробництво.
5. Наведіть основні шляхи зниження собівартості продукції.
6. Охарактеризуйте функції цін.
7. Наведіть класифікацію видів цін.
8. Яким чином формується гуртова ціна на продукцію.
9. Які чинники визначають рівень ціни на продукцію?
10. Охарактеризуйте методи ціноутворення.

Тестові завдання для самоконтролю

1. Які з перелічених статей калькуляції включаються у виробничу собівартість:

а) сировина та матеріали;
б) невиробничі витрати;
в) загальноцехові витрати;
г) витрати на утримання та експлуатацію устаткування.

2. Призначення класифікації затрат на виробництво за економічними елементами затрат:

а) розрахунок собівартості одиниці окремого виду продукції;
б) основа для складання кошторису затрат на виробництво;
в) розрахунок затрат на матеріали;
г) визначення затрат на заробітну плату.

3. До групи затрат за економічними елементами відносять затрати на:

а) паливо та енергію на технологічні цілі;
б) основну заробітну плату виробничих працівників;
в) амортизацію основних фондів;
г) витрати на підготовку та освоєння виробництва.

4. До групи затрат за статтями калькуляції входять затрати на:

а) сировину та основні матеріали;
б) оплату праці;
в) амортизацію основних виробничих фондів;
г) паливо та енергію на технологічні цілі.

5. До затрат на управління та організацію виробництва всобівартості продукції відносять витрати:

а) прямі;
б) непрямі;
в) змінні;
г) постійні.

6. Цехова собівартість продукції включає в себе затрати:

а) цеху на виконання технологічних операцій;

б) підприємства на виробництво даного виду продукції;

в) цеху на управління виробництвом;

г) цеху на виконання технологічних операцій та управління.

7. Виробнича собівартість продукції включає затрати:

а) цеху на виробництво даного виду продукції;

б) цехову собівартість і загальнозаводські витрати;

в) на виробництво і збут продукції;

г) на технологічну собівартість.

8. На зниження собівартості продукції впливають внутрішньо-виробничі та техніко-економічні фактори:

а) покращення використання природних ресурсів;

б) підвищення технічного рівня виробництва;

в) покращення структури продукції, що випускається;

г) зміна складу та якості природної сировини.

ТЕМА 8. ТОВАРНА І ЦІНОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА

План

1. Поняття товарної політики, проблеми її формування.
2. Товар, його рівні.
3. Асортимент і номенклатура товарів.
4. Марка і упаковка товару.
5. Життєвий цикл товару.
6. Цінова політика підприємства.

1. Поняття товарної політики, проблеми її формування.

Товарна політика – комплекс заходів спрямованих на орієнтацію виробництва на задоволення потреб і запитів споживачів і отримання на цій основі прибутку.

Маркетингова товарна політика – це маркетингова діяльність підприємства, яка пов'язана з реалізацією стратегічних і тактичних заходів щодо забезпечення конкурентоспроможності товарів, а також формування товарного портфеля з метою задоволення потреб споживачів та одержання прибутку.

Розробка товарної політики передбачає виконання наступних *завдань:*

– комплексний аналіз можливостей діючих ринків з позиції забезпечення успішної реалізації попередньої номенклатури продукції, тобто оцінка ринків збуту;

– оцінка рівня конкурентоздатності власного товару й аналогічного товару, виробленого конкурентами;

– вибір найсприятливіших ринків і встановлення для кожного з них відповідної номенклатури продукції, обсягу реалізації, ціни;

– аналіз зміни виторгу, визначення її оптимальних обсягів і відповідних їм цін, а також розробка плану перспективної номенклатури продукції з урахуванням її конкурентоздатності.

*Фактори, що впливають на формування товарної політики:*якість товару; сутність товару (фізичні та хімічні властивості); функції товару (універсальність застосування, надійність функціонування, тривалість експлуатації); зовнішність товару, яка націлена на створення додаткової корисності; форма товару і упаковки; колір товару і упаковки.

*Другорядні фактори:*назва товару; можливість післяпродажного обслуговування споживачів; ціна товару.

2. Товар, його рівні.

Товар – це все, що може задовільнити потребу і пропонується на ринку з метою привернення уваги, придбання, використання або споживання.

Щоб задовільнити потреби споживачів при використанні та споживанні товару, розробникам потрібно розглядати ідею створення товару на 3 рівнях. Першимрівнем є товарзазадумом, наякомушукаютьвідповідь напитання,що в дійсності буде купувати споживач? Це рівень, на якому конкурують товари-

замінники, що задовольняють певну потребу. Розробнику товару необхідно перетворити товар за задумом в товар в реальному виконанні – другий рівень. Такий товар має 5 характеристик: рівень якості,комплекс властивостей, дизайн, марочна назва і упаковка. Третій рівень – товар із підсиленням передбачає надання споживачеві додаткових послуг або додаткових вигод від придбання товару і вимагає монтажу; гарантії; доставки; надання кредиту. Вибір споживача ґрунтується на корисності (поєднання раціональних економічних чинників і характеристик товару, а також суб'єктивної оцінки його іміджу) та споживчій цінності товару (різниця між загальною корисністю товару і витратами на його придбання).

3. Асортиментіноменклатура товарів

Товарна політика передбачає формування товарного асортименту. ***Товарний асортимент*** – група товарів, які тісно пов'язаніміж собою узв'язку з подібністю їх функціонування. Суть асортиментної політики: визначення наборів товарних груп (видів, підвидів, марок); оптимальне співвідношення базових моделей та їх модифікацій; встановлення співвідношення наявності на ринку товарів, що перебувають на різних стадіях життєвого циклу товару.

Важливу роль у товарній політиці відіграє управління асортиментом, головною метою якого є його оптимізація. У процесі оптимізації здійснюється вплив на основні характеристики асортименту:

– *ширина* – кількість видів товарів, які виробляє підприємство;

– *глибина* – кількість варіантів виготовлення кожного виду товару певного асортименту;

– *насиченість* – загальна кількість усіх запропонованих товарів;

– *гармонійність* – характеризує ступінь однорідності асортименту відповідно до вподобань кінцевих споживачів, торговельних посередників, каналів розподілу тощо.

Товарна номенклатура – сукупність асортиментних груп товарів, що їх пропонує покупцеві конкретний продавець.

4. Марка і упаковка товару

Товарна марка – це ім'я, назва,знак,символ, малюнокабо їхсполучення, призначені для ідентифікації товарів або послуг одного продавця чи групи продавців і диференціації їх від товарів чи послуг конкурентів. Існує чотири *складових товарної марки:*

Фірмове ім'я – частина марки, яку можна промовити (Ніна Річчі, Мальборо).

Фірмовий знак – частина марки, яку можна впізнати, але не можна вимовити (гама кольорів Benetton, знак Nike).

Товарний образ – персоніфікована товарна марка;

Товарний знак – фірмове ім'я, фірмовий знак, торговий образ, що захищені юридично. Він захищає виключні права продавця на користування

фірмовим ім'ям або фірмовим знаком. Зареєстрований товарний знак супроводжується буквою R в кружечку.

Упаковка – розробка і виробництво ємкості або оболонки для товару.

Вона буває 3 видів:

– *внутрішня* – безпосереднє вмістилище товару;

– *зовнішня* – матеріал, який служить захистом для внутрішньої упаковки і знімається при безпосередньому використанні;

– *транспортна* – ємкість, необхідна для збереження, ідентифікації та транспортування товару.

Призначення упаковки полягає в запобіганні псуванню і пошкодженню товарів, забезпеченні створення раціональних одиниць для складування, транспортування, погрузки і вигрузки.

Розрізняють відносну і абсолютну вартість упаковки. Відносна вартість показує відношення затрат на упаковку до вартості товару. Абсолютна вартість показує суму затрат на упаковку.

5. Життєвий цикл товару

Життєвий цикл товару (ЖЦТ) – концепція, яка намагається описатизбут продукту, прибуток, споживачів, конкурентів та стратегію маркетингу з моментупоступлення товару ідо його зняття з ринку, тобто це період протягом якоготоварзнаходиться на ринку.

Типовий ЖЦТ можн авідобразити за допомогою кривої (рис.8.1).

Етап розробки товару – підприємство не отримує ніяких прибутків, несе багаточисельні витрати на проведення НДДКР.

Етап впровадження на ринок – починається з надходження в продаж першого зразка товару, період повільного росту збуту, покупець інертний по відношенню до нового товару, значні витрати на рекламу, яка носить інформаційний характер, конкурентів досить мало, проблема торгового розміщення.

Етап росту – період швидкого сприйняття товару ринком і швидкого зростання прибутків. Проводиться повна загрузка виробничих потужностей, реклама стає агресивною, фірма підкреслює своє лідерство на ринку, торгову марку тощо.

Етап зрілості – період уповільнення темпів збуту, товар випускають великими партіями, високі затрати на поглиблення асортименту. З метою задоволення попиту фірма випускає велику кількість модифікацій і варіантів продукції. Через посилення конкуренціїцінипадають. Масовийпопитна товар, реклама розрахована на масового і консервативного покупця.

Етап спаду – період, який характеризується різким падінням збуту і зниженням прибутків, у підприємств спостерігається надлишок виробничих потужностей, обсяг реалізації падає, ціни на товар низькі, реклама незначна.

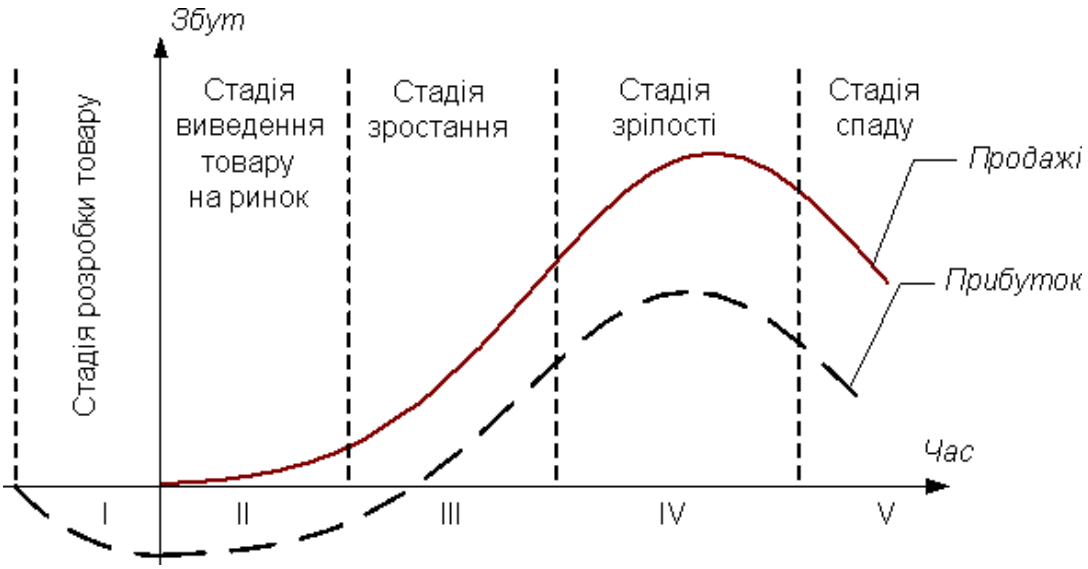


Рисунок 8.1 – Життєвий цикл товару

6. Цінова політика підприємства.

Ціна – це грошовий вираз вартості, кількості грошей, що сплачується або одержується за одиницю товару (продукції, послуги). Одночасно ціна відображає споживчі властивості (корисність) товару, купівельну спроможність грошової одиниці, ступінь рідкісності ті/вару, силу конкуренції, державного контролю, економічну поведінку ринкових суб'єктів та інші суб'єктивні моменти.

Ціна на будь-який товар складається з окремих елементів. Основними з них є собівартість і прибуток. їх наявність в ціні є обов'язковою. Крім того, до складу ціни можуть входити: акцизний збір, податок на додану вартість, націнки постачальницько-збутових організацій, торгівельні надбавки або знижки.

Ціна завжди коливається навколо ціни виробництва та відображає рівень суспільно необхідних витрат праці.

За класифікаційною ознакою рівня встановлення та регулювання застосовують централізовано-фіксовані й регульовані, договірні та вільні ціни.

Централізовано-фіксовані ціни встановлює держава на ресурси, що впливають на загальний рівень і динаміку цінна товари і послуги, які мають вирішальне соціальне значення, а також на продукцію (послуги), в-во (надання) якої зосереджено на підприємствах, що займають монопольне становище на ринку.

Рівень договірних цін формується на засаді домовленості між виробником (продавцем) і споживачем (покупцем) і стосується конкретної партії товару.

Вільні ціни – це ціни, що їх визначає підприємство (організація) самостійно. Проте держава певною мірою впливає на договірні та вільні ціни, проводячи антимонопольну політику, регулюючи умови оподаткування й кредитування для окремих груп суб'єктів господарської діяльності.

Залежно від особливостей купівлі-продажу і сфери економіки існують світові, оптові, закупівельні та роздрібні ціни, а також тарифи на перевезення вантажів і пасажирів, надання різноманітних платних послуг.

Світові ціни - це грошовий вираз міжнародної вартості товарів, що реалізуються (продаються) на світовому ринку.

У сучасній практиці господарювання застосовуються також *ринкові ціни,* які виокремлюються без певної класифікаційної ознаки.

Ціна одиниці продукції формується з відповідних складових, що відображають структуру відповідних видів цін, використовуваних різними суб'єктами господарювання.

***Складові ціни*:** 1. Собівартість; 2. Прибуток; 3. ПДВ; 4. Акцизний збір; 5. Оптово-збутова надбавка; 6. Торгівельна надбавка.

Ціноутворення – це процес обгрунтування, затвердження та перегляду цін і тарифів, визначення їх рівня, співвідношення та структури.

В залежності від того, яку мету переслідує підприємство чи фірма на ринку, розрізняють різні підходи до ціноутворення. Такими цілями діяльності підприємства по оптимізації ціни можуть бути:

– виживання на ринку як мету ставлять тоді, коли ринок досяг майже граничної ємності; для збереження життєздатності підприємства можуть встановлювати низькі ціни, сподіваючись, що ринок буде чутливим до них;

– максимізація прибутку; в цьому випадку зіставляються

– попит і витрати на виробництво з альтернативними цінами і – вибирають ту з них, яка забезпечить максимальний прибуток;

– лідерство на ринку досягається шляхом зниження витрат і одержання високого і тривалого прибутку; встановлюються низькі ціни з метою збільшення частки підприємства на ринку;

– лідерство в якості товарів передбачає встановлення відносно високих цін, які повинні компенсувати високі витрати на науково-дослідні роботи і забезпечення якості.

За ринкових умов господарювання можуть застосовуватися різноманітні ***методи ціноутворення*.** Головні з них:

1. Розрахунок ціни за методом "середні витрати плюс прибуток" є найпростішим і широко застосовуваним.

Ц = Середні витрати (с/в) + Прибуток

2. Розрахунок ціни на підставі цільового (фіксованого) прибутку вважається різновидом методики визначення ціни на засаді середніх витрат (собівартості).

3. Установлення ціни на засаді суб'єктивної цінності товару здійснюється з урахуванням потенційного (реально виявленого) попиту.

4. Метод ціноутворення "за рівнем поточних цін" ("за рівнем конкуренції") полягає в тім, що ціну розглядають та встановлюють як функцію цін на аналогічну продукцію в конкурентів.

5. Установлення ціни на підставі результатів закритих торгів є різновидом методу “за рівнем поточних цін” і застосовується з метою одержання замовлення на виготовлення певної продукції (торг за вигідний контракт).

6. Метод ціноутворення “за рівнем попиту” передбачає встановлення ціни за допомогою пробного продажу товару в різних сегментах ринку. При цьому враховуються умови продажу, кон'юнктура ринку, супутні послуги. За використання цього методу в різних місцях (сегментах) ринку на ті самі товари ціни можуть бути різними.

7. Метод установлення ціни за місцем походження товару полягає в тім, що товар передається транспортній організації за умови “франко-вагон”; після цього всі права на товар і відповідальність за нього переходять до покупця.

8. Метод установлення єдиної ціни із включенням у неї витрат на доставку означає відповідні дії підприємства для включення в ціну фіксованої суми транспортних витрат незалежно від віддаленості покупця.

9. Застосування методу встановлення зональних цін полягає в тім, що підприємство виокремлює кілька зон, у межах яких встановлюються єдині ціни залежно від рівня транспортних витрат.

10. Метод установлення ціни стосовно базисного пункту характеризується тим, що продавець вибирає конкретний район за базисний і збирає з усіх замовників транспортні витрати в сумі, що дорівнює вартості поставки з цього району незалежно від того, звідки насправді здійснюється відвантаження товару.

11. Метод встановлення цін із прийняттям на себе витрат на поставку означає, що підприємство (організація) частково чи повністю бере на себе фактичні витрати на доставку товару з метою стимулювання надходження замовлень від покупців (клієнтів).

12. За встановлення цін зі знижками підприємство-продавець змінює свою вихідну ціну та встановлює певну знижку з неї, ураховуючи дострокову оплату рахунків, закупівлю великого обсягу продукції або позасезонну її закупівлю тощо.

Питання для самоконтролю

1. В чому полягає відмінність товарної політики та маркетингової товарної політики?
2. Яке місце займає товарна політика у системі маркетингу підприємства?
3. Охарактеризуйте рівні товару у концепції товару.
4. Дайте характеристику показників продуктової лінії, товарного асортименту і товарної номенклатури.
5. Що таке товарна марка?
6. Як визначається новизна товару?
7. Опишіть етапи створення нового товару.
8. Які види упаковки Ви знаєте?
9. На яких етапах життєвого циклу товару найінтенсивніше використовується маркетинговий інструментарій?

10. Охарактеризуйте основні методи ціноутворення.

Тестові завдання для самоконтролю

1. Який вид зв'язку між ціною і попитом:

а) прямий;
б) зворотний;
в) зв'язку не існує;
г) змішаний.

2. Який попит щодо даних товарів має максимальну еластичність за ціною:

а) поштові марки;
б) хліб;
в) персональні комп'ютери;
г) жувальна гумка?

3. Відпускна ціна виробника на підакцизний товар розраховується за формулою:

а) (С + П + А) × 1,2;
б) (С + П) × 1,2 + А;
в) (С + П + А + ПДВ) × 1,2;
г) (С + П + А + ПДВ).

4. Збутова націнка на підакцизний товар має таку структуру:

а) С + П;
б) С + П + А;
в) С + П + ПДВ;
г) С + П + А + ПДВ.

5. Види реклам, які зорієнтовані на попит:

а) корпоративна реклама;
б) інформаційна реклама;
в) реклама переконання;
г) нагадувальна або підтримувальна реклама.

6. За допомогою яких засобів стимулюють споживачів:

а) проведення спільної реклами;
б) залікові талони;
в) заліки за закупку;
г) премії?

7. За допомогою яких засобів стимулюють сферу торгівлі:

а) товари видаються безкоштовно;
б) заліки дилерам за введення товару в номенклатуру;
в) акції;
г) розіграші?

ТЕМА 9. ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

План

1. Дохід і прибуток підприємства, схеми їх формування та розподілу.
2. Прибутковість діяльності підприємств, показники, що її характеризують.
3. Суть та оцінка загального фінансово-економічного стану підприємства.
4. Ефективність виробництва: суть,види і показники.
5. Показники, резерви і чинники підвищення ефективності виробництва.

1. Дохід і прибуток підприємства, схеми їх формування та розподілу

Розвиток підприємств у прямому розуміннізалежить від обсягу реалізації продукції та одержаних при цьому фінансових результатів. Сам процес реалізації продукції підприємства є визначальним у його діяльності. Він завершує оборот коштів, дозволяє відшкодувати понесені підприємством витрати, сплатити податки та інші платежі, відсотки за кредитами, виплатити заробітну плату своїм працівникам, дивіденди власникам та ін.

Доходи від реалізації продукції виступають основним джерелом прибутку підприємства, який є запорукою стабільності його функціонування на ринку. Сутність доходу підприємства визначена *Національними стандартами бухгалтерського обліку в Україні.*

Дохід (виручка) від реалізації визначений як загальний дохід (виручка) від реалізаціх продукції, товарів, робіт, послуг без вирахування наданих знижок, повернення проданих товарів і податків з продажу (ПДВ, акцизного податку та ін.)

Основними чинниками, які впливають на величину виручки від реалізації продукції, є:

– обсягви робництва продукції;
– оптимізація каналів розподілу продукції, стимулювання збуту;
– ефективна сучасна реклама, яка б відповідала вимогам споживачів та підтримувала репутацію продукції і підприємства;
– розширення асортименту та підвищення якості продукції;
– ритмічність роботи підприємства тощо.

Загальний дохід підприємства ще не характеризує ефективності його виробничо-господарської діяльності. Одним із показників оцінки такої ефективності є прибуток.

Прибуток – це частина доходу, яка залишається підприємству після відшкодування всіх витрат, повязаних з виробництвом, реалізацією продукції та іншими видами діяльності.

В умовах ринку прибуток є основним джерелом усіх фінансових ресурсів підприємства.

Формування та розподіл доходу і прибутку підприємства, тобто фінансовихрезультатівйогодіяльностізгідночинникнормативнихдокументів можуть бути представлені схемою (рис.9.1).

Податок на додану вартість відображає суму податку, включену до складудоходу (виручки) від реалізації продукції.

Акцизнийзбір – платники акцизного збору відображають суму, яка врахована у складі виручки від реалізації продукції.

Інші вирахування з доходу відображають надані знижки, повернення товарів та інші суми, які підлягають вирахуванню з доходу.

Валовий (балансовий) прибуток – розраховується як різниця між чистим доходом від реалізації продукції і собівартістю реалізованої продукції.

Балансовий прибуток, скоригований на різницю інших операційних доходівтаопераційнихвитрат, – це ***операційний прибуток підприємства.***

Інші операційні доходи відображають суми доходів від операційної діяльностіпідприємства, крімдоходу(виручки)відреалізаціїпродукції:від оренди майна, від операційних курсових різниць, від реалізації оборотних активів (крім фінансових інвестицій), відшкодування раніше списаних оборотних активів тощо.

Операційні витрати включають адміністративні витрати, витрати на збут, іншіопераційнівитрати(собівартістьреалізованихвиробничихзапасів, сумнівні (безнадійні) борги та втрати від знецінення запасів, втрати від операційних курсових різниць, економічні санкції, відрахування на забезпечення таких операційних витрат, а також усі інші витрати, які виникають в процесі операційної діяльності підприємства (крім витрат, які включаються у собівартість реалізованої продукції).

Операційний прибуток, скоригованийна величинуфінансовихта інших доходів і фінансових та інших витрат, є ***прибутком від звичайної діяльності.*** *Фінансові та інші доходи* включають: доходи від інвестицій в інші підприємства, дивіденди, відсотки та інші доходи від фінансових інвестицій, доходи від не операційних курсових різниць та ін.

Фінансові та інші витрати включають: сплату відсотків на позиковий капітал,втративід уцінкифінансовихінвестиційтанеоборотнихактивів, інші втрати і витрати, не пов’язані з операційною діяльністю.

Саме цей скоригований прибуток є *прибутком до оподаткування* (оподатковуваним прибутком), тобто з нього сплачується податок на прибуток.

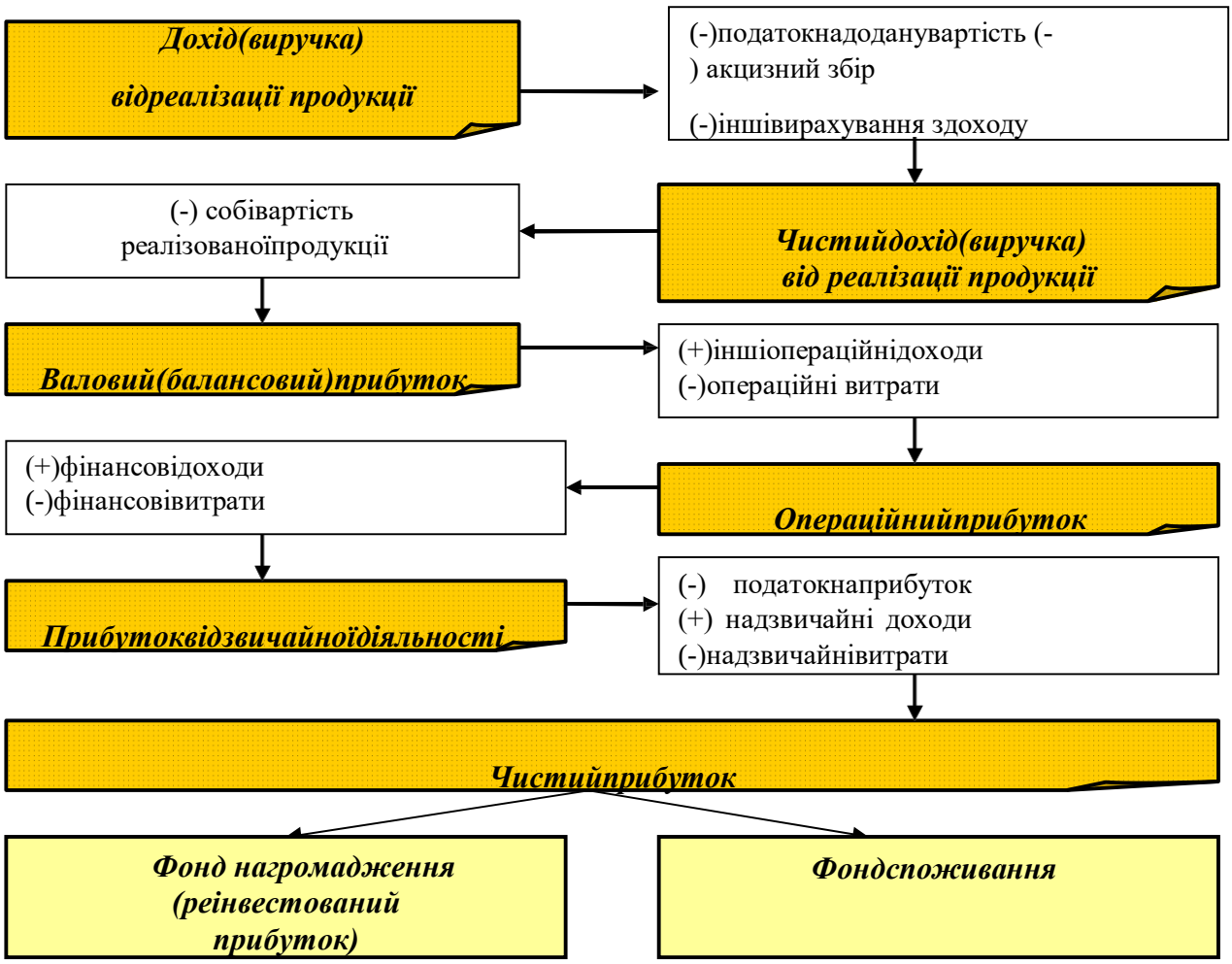


Рисунок 9.1 – Формування та розподіл доходу і прибутку підприємства

В особливих випадках прибуток від звичайної діяльності після оподаткування коригується на суму надзвичайного доходу та надзвичайних витрат,якіможутьматимісце внаслідок надзвичайноїподії(стихійноголиха, пожежі, техногенної аварії та ін.). Після цих «операцій» у підприємства в розпорядженні залишається ***чистий прибуток***. З чистого прибутку підприємства сплачуються борги та проценти за кредити, а решта розподіляється ***у двох напрямах:***

– фонд нагромадження (реінвестований прибуток) - створення резервного фонду, фонду розвитку виробництва тощо;

– фонд споживання - виплати власникам, акціонерам, матеріальні заохочення персоналу за результатами роботи, вирішення соціальних питань та ін.

Отже, у підсумку, ***прибуток будь-якого підприємства формується за рахунок таких джерел:***

– *прибуток від реалізації продукції* (виконання робіт, надання послуг); це прибуток від операційної діяльності;

– *прибуток від продажу майна* включає прибуток від продажу

матеріальних (основних фондів) і нематеріальних активів, цінних паперів інших підприємств тощо; визначається як різниця між ціною продажу та балансовою (залишковою) вартістю об'єкта продажу;

– *прибуток від позареалізаційних операцій* – це прибуток від спільної діяльності підприємств, проценти по реалізації акцій, облігацій та інших цінних паперів, штрафи, які сплачуються іншими підприємствами за порушення договірних зобов'язань, доходи від володіння борговими зобов'язаннями, роялті.

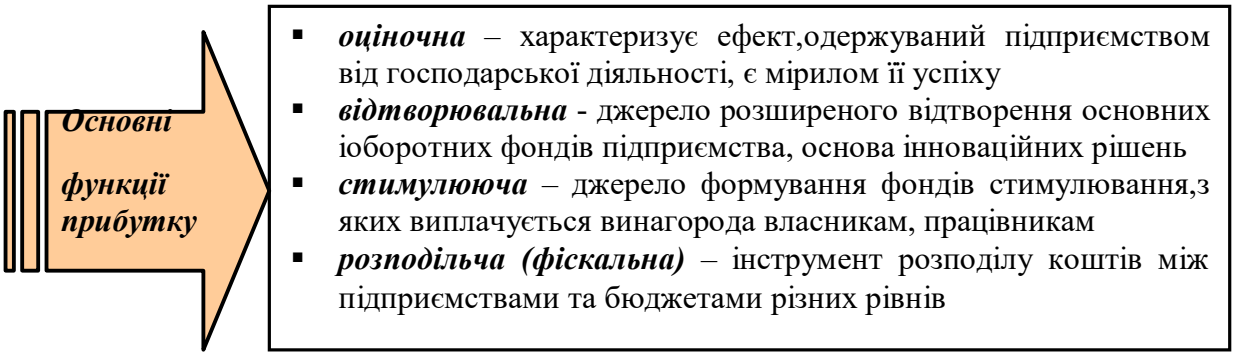


Рисунок 9.2 – Функції прибутку

2. Прибутковість діяльності підприємств, показники, що її характеризують

Прибутковість є показником, який комплексно характеризу ефективність діяльності підприємства, дозволяє оцінити ефективність управління ним, оскільки забезпечення достатнього рівня прибутковості залежить від оперативності та правильності прийнятих управлінських рішень.

Прибутковість діяльності підприємства безпосередньо пов'язана з отриманням підприємством прибутку, але її не можна ототожнювати з його абсолютною сумою.

Прибутковість *– це відносний показник, який ще називається рентабельністю.* У порівнянні з абсолютними показниками прибутку, показники прибутковості мають такі *переваги*: їм властиві більш широкі можливості порівняння та менша залежність від інфляційних процесів.

Рентабельність – це відносний показник ефективності роботи підприємства, який у загальній формі обчислюється як відношення прибутку до витрат (ресурсів).

Рентабельність вимірюється у ***відсотках*** або ***коефіцієнтах*** іяк показник має кілька різновидів (модифікованих форм), які залежать відвикористовуваних у розрахунках прибутку і ресурсів (витрат). Тому розрізняють кілька *показників прибутковості (рентабельності)* для оцінки ефективності діяльності підприємства та його фінансово-економічного стану.

1) рентабельність інвестицій (капіталу) (P_i) – це відношення чистого прибутку підприємства *($П_ч$)* до загальної суми інвестицій *(І):*

$$P_i = П_ч / I \text{x} 100,\% \qquad (9.1)$$

Чим вищим є прибуток на інвестований капітал, тим краще працює підприємство. Рівень прибутковості інвестицій має бути не меншим, ніж доходність альтернативних капіталовкладень з відповідним ступенем ризику (придбання цінних паперів тощо).

Різновидамицьогопоказникає:

– *рентабельність власного капіталу ($Р_{влкап}$)* – відношення чистого прибутку підприємства *($П_{рчист}$)* до величини його власного капіталу *($К_{вл}$):*

$$Р_{влкап} = П_ч / К_{вл} \text{x} 100,\%; \qquad (9.2)$$

– *рентабельність активів ($Р_{акт}$)* - відношення прибутку підприємства до загальної суми його активів *($А_{заг}$):*

$$Р_{акт} = П_ч / А_{заг} \text{x} 100,\%. \qquad (9.3)$$

Якщо останній показник є меншим за процентну ставку за довгостроковими кредитами,то фінансовий стан підприємства є незадовільним.

2) Рентабельність продукції ($Р_{прод}$) – характеризує ефективність витрат на її виробництво та збут і є відношенням прибутку від реалізації продукції *($П_{реал}$)* до повної собівартості реалізованої продукції *($С_{реал}$):*

$$Рпрод = Преал / Среал \text{x} 100,\%; \qquad (9.4)$$

3) рентабельність окремих видів продукції ($Р_i$):

$$Р_i = (Ц_i - С_i) / С_i \text{x} 100,\%; \qquad (9.5)$$

де $Ц_i, С_i$ – цінаіповнасобівартістьодиниціпродукції*i*-говиду,грн.;

4) рентабельність виробництва ($Р_{вир}$) – відношення чистого прибутку підприємства до суми середньорічної вартості основних виробничих фондів підприємстваі середньорічних залишків нормованих оборотних засобів:

$$Р_{вир} = П_ч / (S_{сер} + S_{ноз}) \text{x} 100,\%; \qquad (9.6)$$

5) рентабельність продажу продукції (обороту)($Р_{реал}$) – відношення прибутку від реалізації продукції до обсягу реалізованої продукції *(РП):*

$$Р_{реал} = П_{реал} / РП \text{x} 100,\%. \qquad (9.7)$$

Крім зазначених, в господарській практиці можуть використовуватись й інші показники рентабельності, *наприклад,* рентабельність необоротнихактивів, акціонерного капіталу, матеріальних (трудових) затрат та ін.

Границі рентабельності не встановлюються, але зрозуміло, що чимвищою є рентабельність, тим більшими є можливості підприємства щодо формуванняфінансовихресурсівта їхвикористання вгосподарськійдіяльності, щодо залучення інвестиційних ресурсів через збільшення привабливості підприємства для інвесторів та ін.

Основні чинники підвищення рентабельності на підприємстві поділяються на внутрішні та зовнішні.

Внутрішніми чинниками можуть бути:

– проведення реконструкціїі модернізації підприємства, вдосконалення його матеріально-технічної бази;

– фінансове планування діяльності підприємства, пошук внутрішніх резервів зростання прибутку;

– удосконалення системи мотивації працівників підприємства, підвищення кваліфікації персоналу;

– оптимізація запасів товарно-матеріальних цінностей, залишків нормованих оборотних коштів та ін.

До *зовнішніх чинників* належать:

– удосконалення системи просування продукції на ринку, організація ефективної реклами;

– удосконалення системи оподаткування діяльності підприємств, законодавчо- правової бази ведення бізнесу, державного регулювання тарифів і цін тощо.

3. Суть та оцінка загального фінансово-економічного стану підприємства

Фінансово-економічний стан підприємства є однією з важливіших характеристик його діяльності. Саме від нього залежать можливості підприємства вирішувати поточні виробничі та комерційні завдання, перспективи його подальшого розвитку, сприйняття підприємства потенційними інвесторами, банками та ін.

Фінансово-економічний стан підприємства є комплексним поняттям, яке відображає взаємодію всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських чинників і характеризується системою показників.

Фінансово-економічний стан підприємства залежить від результатів усіх видів його діяльності – виробничої, комерційної та фінансово-господарської. Аналізувати його необхідно систематично і всебічно.

Інформаційною базою для оцінки фінансово-економічного стану підприємства є баланс підприємства на певну дату (найчастіше кінець року), звіт про фінансові результати,звіт про власний капітал, звіт про рух грошових коштів, дані бухгалтерського обліку, оперативна і статистична звітність.

Метою аналізу фінансово-економічного стану підприємства є пошук резервів та шляхів підвищення його фінансової стабільності, забезпечення спроможності виконувати свої зобов'язання перед бюджетом, банками та іншими ринковими суб'єктами.

Фінансовий стан підприємства можна оцінити за допомогою ***груп показників.***

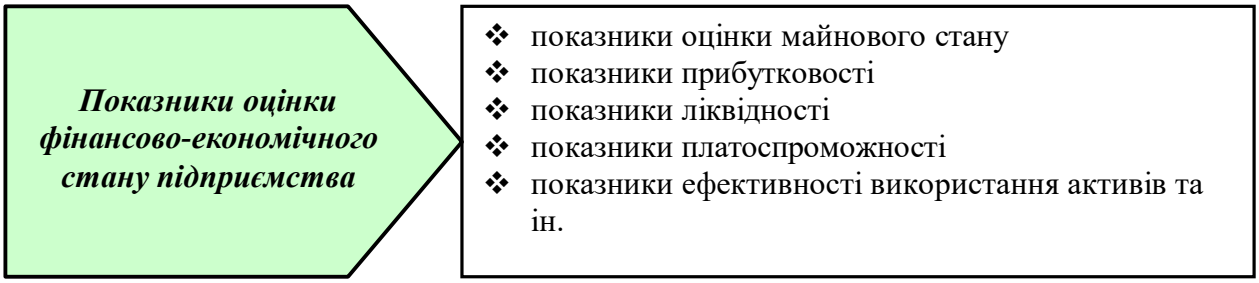


Рисунок 9.3 – Показники оцінки фінансово-економічного стану підприємства

Показниками оцінки майнового стану є: питома вага активної частини основних фондів, коефіцієнти зношення основних фондів, оновлення основних фондів, вибуття основних фондів. Усі ці показники охарактеризовані в попередніх темах *(див. тему "Капітал підприємства").*

Показники прибутковості - деякі з них викладені вище; ця група показників є однією з важливіших, оскільки визначає можливості підприємства «забезпечити» позитивні показники інших груп оцінки фінансово-економічного стану підприємства. Крім зазначених, до цієї групи належать показники: прибутковість операційної діяльності, інвестицій у звичайні акції, валовий показник прибутковості, термін окупності капіталу.

Показники ліквідності характеризують здатність підприємства виконувати свої поточні (короткострокові) зобов'язання за рахунок поточних активів:

1) коефіцієнт загальної ліквідності ($К_{лзаг}$) (коефіцієнт покриття) – це відношення поточних активів *($А_{пот}$)* до поточних зобов'язань *($З_{пот}$)*:

$$К_{лзаг}=А_{пот}/ З_{пот} \qquad (9.8)$$

Цей результат співвідноситься з одиницею і показує, скільки грошових одиниць поточних активів припадає на одну грошову одиницю поточних зобов'язань. При $К_{л.заг}<1$ підприємство має неліквідний баланс і є неплатоспроможним. При $1 < К_{л.заг} \leq 2$ вважається, що платоспроможність підприємства є остатньою. При$К_{л.заг}>2$ фінансове становище підприємства є стійким.

Співвідношення $А_{пот}$і$З_{пот}$ як 2:1 вважається нормальним, але для деяких видів бізнесу воно може коливатись від 1,2 до 2,5;

2) коефіцієнт швидкої ліквідності ($К_{л.шв}$) – це відношення активів високої ліквідності *($А_{лікв}$)* до поточних зобов'язань:

$$К_{л.шв}=А_{лікв}/З_{пот} \qquad (9.9)$$

Нижнєзначення $К_{л.шв}$ не повинно бути меншим 1, щоб підтвердити швидку ліквідність активів підприємства.

3) коефіцієнт абсолютної ліквідності ($К_{л.абс}$) характеризується відношенням грошових засобів та їх еквівалентів (цінних паперів) *(Г)* до поточних зобов'язань:

$$К_{л.абс}=Г/З_{пот} \qquad (9.10)$$

Значення цього коефіцієнта є достатнім, якщо він перевищує 0,2-0,25.

Показники платоспроможності. Платоспроможність підприємства - це здатність виконувати свої коротко- та довгострокові зобов'язання за рахунок власних активів. Такі показники відображають рівень фінансового ризику, тобто ймовірність банкрутства підприємства.

*1) коефіцієнт платоспроможності ($К_{пс}$)*обчислюється:

$$К_{пс}=К_{вл}/З_{заг}, \qquad (9.11)$$

де $К_{вл}$ – власнийкапітал(статутнийфонд), грн.;

$З_{заг}$ – загальні зобов'язання підприємства (зобов'язання власникам, акціонерам та зовнішні зобов'язання), грн.

2) Коефіцієн заборгованості ($К_{забг}$) визначається:

$$К_{забг}=1-К_{вл}/З_{зовн}, \qquad (9.12)$$

де $З_{зовн}$ - зовнішні зобов'язання підприємства, грн. Нормальним вважається значення показника 0,5.

Показники ефективності використання активів характеризують оборотність фіксованих активів: фондовіддача, оборотність всіх активів, оборотність матеріальних ресурсів:

1) коефіцієнт оборотності основних засобів ($О_{оз}$) обчислюється як співвідношення між обсягом реалізації та фіксованими і нематеріальними активами *($А_{фікс}$):*

$$О_{оз}=РП/А_{фікс}. \qquad (9.13)$$

Цей показник показує, скільки грошових одиниць продукції реалізовано на одну грошову одиницю основних засобів (фондовіддачу).

*2) коефіцієнт оборотності активів ($О_а$)*обчислюється:

$$О_а=РП/А_{заг.} \qquad (9.14)$$

Цей показник показує, скільки грошових одиниць чистого доходу припадає на одну грошову одиницю,вкладену в активи підприємства. Чим вищим є значення цього показника, тим краще використовуються основні та оборотні фонди підприємства.

Наведений перелік показників оцінки фінансово-економічного стану підприємства не є повним, але ці використовуються найчастіше у господарській практиці виробничих підприємств, інші – залежно від сфери бізнесу та мети оцінки.

4. Ефективність виробництва: суть і види

Найбільш вживаним терміном для оцінки доцільності, вигідності ведення бізнесу, в тому числі функціонування виробничих підприємств, є термін "ефективність". *У найпростішому тлумаченні* ефективність виробництва означає, що кожна гривня, вкладена у матеріальні, трудові, фінансові та інші ресурси підприємства, буде давати максимальну віддачу.

Ефективність *у широкому розумінні* означає співвідношення між одержаним ефектом та понесеними на його досягнення витратами. Саме на цьому будується ***загальна методологія вимірювання економічної ефективності.***

В умовах ринкової економіки за *критерій економічної ефективності* функціонування підприємств найчастіше приймається максимізація прибутку від виробництва і реалізації продукції при мінімальних витратах.

Ефективність виробництва – це економічна категорія, яка характеризує ступінь досягнення загальних і часткових результатів від використання усіх ресурсів підприємства.

В залежності від того, який ефект (результат) виробничо-господарської діяльності береться до уваги, розрізняють різні *види ефективності*.

1) Оскільки, *економічний ефект* відображає різні вартісні показникирезультатів виробництва (обсяг товарної, чистої, реалізованої продукції, суму одержаного прибутку, економію різних видів виробничих ресурсів, зниження собівартості продукції та ін.), то ***економічна ефективність виробництва*** показує досягнення найбільших виробничо-господарських результатів за найменших витрат живої та уречевленої праці.

Досягнення *соціального ефекту* пов'язане із збільшенням кількості робочих місць, покращенням режиму та умов праці, поліпшенням побутових умов, стану довкілля, безпеки працівників тощо. Такий ефект може мати як позитивні, так і негативні наслідки, *наприклад,* запровадження на підприємстві нової технології з використанням засобів автоматизації спричиняє вивільнення працівників; введення в дію підприємства по переробці побутових відходів може спричинити погіршення умов довкілля на певній територіїі т.д. Деякі соціальні ефекти важко піддаються кількісній оцінці.

Отже, ***соціальна ефективність виробництва*** відображає ступінь задоволення особистих потреб людей та створення умов для їх всебічного

розвитку, показує, наскільки господарська діяльність відповідає інтересам людей.

Економічна та соціальна ефективності пов'язані між собою. Із зростанням економічної ефективності виробництва збільшується можливість кожного підприємства та суспільства загалом щодо вирішення соціальних завдань. Інколи можуть виникати і протиріччя між ними, *наприклад,* збільшення підприємством імпортукомплектуючих виробів для власної продукції спричиняє зменшення власних трудозатрат на їх виготовлення, тобто потреби у працівниках.

2) *Локальний (госпрозрахунковий) ефект* відображає конкретний результат виробничо-господарської та іншої діяльності підприємства, внаслідок якої воно отримує певну вигоду. Тому розрахована на основі цього ефекту ефективність є ***локальною***.

Загальногосподарська ефективність визначається, виходячи з інтересів, мети і завдань національної економіки в цілому. Вона ґрунтується на досягненні *загальноекономічного ефекту.* Він виникає внаслідок додаткових витрат ресурсів при виробництві продукції наодному підприємстві, але зменшенням експлуатаційних витрат та одержанням інших позитивних результатів при її використанні (експлуатації) на інших,тобто йдеться про сукупний ефект у виробництві і споживанні цієї продукції.

Важливо знаходити такі методи управління економікою в масштабах від окремих підприємств до держави загалом, які б забезпечували гармонію інтересів національної економіки в цілому та окремих її ланок.

3) За об'єктами визначення ***ефективність*** визначається відповідно до *тих ефектів,* які одержуються при діючому виробництві;вкладеннях капіталуу спорудження нових об'єктів, реконструкцію і переоснащення підприємства з метою випуску нової продукції, збільшення обсягів виробництва; ефекту від нових технічних рішень;ефекту від розширення зовнішньоекономічних зв'язків; ефекту від заходів з охорони довкілля тощо.Переважна більшість із них може бути кількісно оцінена і на її основі розрахована економічна ефективність.

4) *Абсолютний ефект* характеризує загальну або питому (в розрахунку на одиницю витрат або ресурсів) його величину, яку одержує підприємство за певнийпроміжокчасу, *наприклад,*збільшеннявиходуготовоїпродукціїз1 т сировини в результаті заміни обладнання і зменшення її втрат.

Абсолютна ефективність визначається по підприємству в цілому і характеризує загальний ефект (віддачу) від використання ресурсів та витрат.

Порівняльний ефект відображає наслідки порівняння можливих варіантів господарськихрішень і вибору кращого з нихза економічними та соціальними перевагами. Тому й ***порівняльна ефективність*** характеризує переваги одного варіанта над іншими щодо раціонального використання ресурсів та витрат.

Абсолютний і порівняльний ефекти і, відповідно, ефективність, тісно взаємозв'язані та доповнюють один одного. Вибір найбільш вигідного варіанту господарювання завжди базується на зіставленні показників абсолютного

ефекту, а його оцінка здійснюється шляхом порівняння його нормативних, планованих і фактичних показників, їх динаміки за певний період та ін.

5) *Первісний (одноразовий) ефект* має місце внаслідок виробничо-господарської діяльності підприємства, впровадження на ньому певних технічних, організаційних та економічних заходів. Розрахована на основі такого ефекту ***ефективність є первісною.***

Проте майже завжди первісний ефект може повторюватися і примножуватися завдяки багаторазовому використанню таких заходів не лише на даному, але й на інших підприємствах, сферах діяльності. Тоді виникає визначення і оцінки так званого *мультиплікаційного ефекту*. Він може мати кілька різновидів: дифузійний, резонансний, стартового вибуху, акселерації, супроводжувальних можливостей. *Наприклад,* дифузійний ефект може реалізовуватись у тих випадках, коли певне господарсько- управлінське рішення або нововведення поширюється на інші галузі, внаслідок чого відбувається його подальша мультиплікація; ефект стартового вибуху – це ланцюгова реакція у перспективі та ін.

Мультиплікаційна ефективність в такому випадку залежить від ефективності усіх впроваджуваних заходів, їх масштабів, швидкості реалізації в усіх галузях та сферах діяльності.

5. Показники, резерви і чинники підвищення ефективності виробництва

Критерієм ефективності виробництва *в макроекономічному масштабі* є зростання продуктивності суспільної праці. Кількісне вираження цього критерію відображається через систему показників економічної ефективності виробництва. Такими ***групами показників*** є:

Узагальнюючі показники економічної ефективності виробництва (рівень задоволення потреб ринку, виробництво продукції на одиницю витрат ресурсів, витрати на одиницю товарної продукції, прибуток на одиницю загальних витрат, рентабельність виробництва, народногосподарський ефект від використання одиниці продукції та ін.).

Показники ефективності використання живої праці (трудомісткість одиниці продукції, відносне вивільнення працівників, темпи росту продуктивності праці,частка приросту продукції за рахунок росту продуктивності праці, коефіцієнт ефективності використання робочого часу, економія фондуоплати праці, випуск продукції на 1 грн. фонду оплати праці тощо).

Показники ефективності використання основних виробничих фондів (фондовіддача основних фондів, фондомісткість продукції, рентабельність основних фондів, фондовіддача активної частини основних фондів і т.д.).

Показники ефективності використання матеріальних ресурсів (матеріаломісткість продукції, матеріаловіддача, коефіцієнт використання найважливіших видів сировини і матеріалів, витрати палива і енергії на 1 грн. чистої продукції, економія матеріальних витрат, коефіцієнт вилучення

корисних компонентів із сировини тощо).

Показники ефективності використання фінансових коштів (коефіцієнт оборотності оборотних коштів, тривалість одного обороту нормованих оборотних коштів, відносне вивільнення оборотних коштів, питомі капіталовкладення, капіталовкладення на одиницю введених потужностей, рентабельність інвестицій,строк окупності інвестицій та ін.).

Показники якості продукції (економічний ефект від поліпшення якості продукції, частка продукції, яка відповідає кращим світовим і вітчизняним зразкам тощо).

Резерви підвищення ефективності виробництва – це невикористані можливості збільшення корисного ефекту в розрахунку на одиницю сукупних витрат завдяки більш раціональному використанню усіх видів ресурсів підприємства.



Рисунок 9.4 – Резерви підвищення ефективності виробництва

Використання цих резервів можливе за рахунок низки ***чинників,*** пов'язаних з підвищенням технічного рівня виробництва, удосконаленням управління, організації виробництва і праці, зміною обсягу та структури виробництва, поліпшенням якості природних ресурсів та ін.

Зокрема, підвищення ефективності використання *основних фондів* забезпечується зростанням рівня завантаження обладнання в часі, оптимізацією структури витрат з врахуванням співвідношення у них часток амортизації, витрат на оплату праці, матеріальних витрат та ін. Для прийняття певнихрішень ці показники слід порівняти з аналогічними показниками найближчих конкурентів, а також виявити їх динаміку.

Збільшення оборотності *оборотних коштів* як основного показника ефективності їх використання досягається завдяки прискоренню реалізації готової продукції, зменшенню обсягів незавершеного виробництва,оптимізація виробничих запасів, обґрунтованому нормуванню матеріальних ресурсів, використанню вторинних ресурсів та ін.

Підвищити ефективність використання *праці* можна за рахунок зменшення внутрішньозмінних втрат робочого часу, зменшення плинності кадрів, використання засобів механізації і автоматизації праці, вдосконалення системи стимулюванняпрацівників.

Ефективність *системи управління* забезпечується удосконаленням організаційної структури управління підприємством, оптимізації рівнів управління, пошуком нових ефективних способів управлінського впливу на колектив людей тощо.

Вдосконалення *організації виробничого процесу* має відбуватись шляхом впровадження нових підходів до організації робочих місць, удосконалення виробничої структури підприємства, використання більш ефективних типів виробництва тощо.

Використання *технологічних резервів* підвищення ефективності виробництва є особливо актуальним для вітчизняних підприємств, оскільки їх техніко-технологічне відставання не дозволяє раціонально використовувати матеріальні ресурси, гальмує ріст продуктивності праці, не дає можливості виробляти конкурентоспроможну продукцію.

Питання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте поняття доходу (виручки) від реалізації продукції.
2. Що таке прибуток підприємства? Назвіть основні функції прибутку.
3. Визначте методику формування валового прибутку.
4. Розкрийте методику формування прибутку від операційної діяльності.
5. Що таке ефективність виробництва та якими показниками вона вимірюється?
6. Розкрийте економічний зміст рентабельності підприємства.
7. Які види рентабельності вам відомі?
8. Які показники характеризують фінансовий стан підприємства?
9. Розкрийте суть показників оцінки майнового стану підприємства.
10. Що показують показники ліквідності та платоспроможності підприємства?

Тестові завдання для самоконтролю

1. Витрати і прибуток збутових організацій включаються в:

а) оптову ціну підприємства;
б) оптову ціну промисловості;
в) роздрібну ціну підприємства;
г) роздрібну ціну промисловості.

2. Витрати і прибуток торговельних організацій включаються в:

а) закупівельну ціну;
б) оптову ціну підприємства;
в) роздрібну ціну;
г) відпускну ціну.

3. Під поняттям "прибуток від реалізації продукції" розуміють:

а) виручку, отриману від реалізації продукції;

б) грошовий вираз вартості товарів;

в) різницю між об'ємом реалізованої продукції у вартісному виразі та її собівартістю;

г) чистий дохід підприємства.

4. Поняття "балансовий прибуток підприємства"" включає:

а) виручку від реалізації продукції;

б) грошовий вираз вартості товарів;

в) різницю між об'єктом реалізованої продукції у вартісному виразі та її собівартістю;

г) прибуток від реалізації продукції, результати від іншої реалізації, доходи від них.

5. У поняття "рентабельність підприємства" входять:

а) прибуток, отриманий підприємством;

б) відносна дохідність і прибутковість, що вимірюється у відсотках до затрат засобів чи капіталу;

в) співвідношення прибутку до середньої вартості основних фондів і обігових коштів;

г) балансовий прибуток на 1 грн. реалізованої продукції.

6. Рентабельність продукції визначається:

а) відношенням балансового прибутку до об'єму реалізованої продукції;

б) відношенням прибутку від реалізації до виручки від реалізації;

в) відношенням балансового прибутку до середньої вартості майна підприємства;

г) відношенням балансового прибутку до середньої вартості основних фондів і матеріальних оборотних засобів.

7. Рентабельність окремих видів продукції визначається:

а) відношенням прибутку, що включається в ціну виробу, до ціни виробу;

б) відношенням прибутку від реалізації до виручки від реалізації;

в) відношенням балансового прибутку до середньої вартості майна підприємства;

г) відношенням балансового прибутку до середньої вартості основних фондів і матеріальних оборотних засобів.

8. Рентабельність виробничих фондів визначається:

а) відношенням балансового прибутку до об'єму реалізованої продукції;

б) відношенням прибутку від реалізації до виручки від реалізації;

в) відношенням балансового прибутку до середньої вартості майна підприємства;

г) відношенням балансового прибутку до середньої вартості основних фондів і матеріальних оборотних засобів.

ТЕМА 10. ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

План

1. Роль і місце планування в управлінні підприємством
2. Об’єкти і предмет планування на підприємстві.
3. Організація планування на підприємстві. Структура планових органів.
4. Принципи планування.
5. Методи планування.
6. Форми планування. Система планів підприємства.
7. Тактичне планування.
8. Сутність норм та нормативів. Їх класифікація.
9. Система економічних норм і нормативів.

1. Роль і місце планування в управлінні підприємством

Функція планування в системі управління підприємством є однією з головних, центральних функцій, що визначає кінцеві результати виробничо-збутової, економічної, фінансової й інвестиційної діяльності. У процесі планування визначаються основні напрямки розвитку підприємства. На основі маркетингових досліджень підприємство визначає види й обсяги продукції, що планує випускати, потребу в ресурсах та ефективність їх використання. Планування забезпечує підприємству основу для прийняття оптимальних управлінських рішень та знижує ризик, сприяє пошуку найбільш придатних напрямів дій.

Планування – це процес визначення цілей і завдань підприємства на певну перспективу та вибір оптимального шляху їх досягнення й ресурсного забезпечення.

Результатом процесу планування є план, який завдяки використанню певних ресурсів та виконанню певних дій повинен забезпечити досягнення бажаної мети.

План – це система взаємозалежних, об’єднаних загальною метою завдань, що забезпечують реалізацію цілей виробничої системи.

Планування об’єднує структурні підрозділи підприємства спільною метою, надає всім процесам односпрямованості й скоординованості, що дозволяє найбільш повно й ефективно використовувати наявні ресурси, комплексно, якісно та своєчасно розв’язувати різноманітні завдання управління.

Для ринкових умов господарювання об’єктивними є більш високі вимоги до рівня наукової обґрунтованості різних видів планів.

Основними чинниками зростаючої ролі планування в умовах сучасного ринкового господарства є:

– рухливість зовнішнього середовища;

– збільшення розмірів підприємства та розширення напрямів його діяльності;

– зростаюче значення часу;
– обмеженість ресурсів;
– комплексність господарських завдань та ін.

Застосування планування створює такі важливі ***переваги***:

– дає можливість передбачити різні майбутні ситуації та заздалегідь підготувати альтернативні варіанти плану розвитку підприємства;
– поліпшує координацію дій в організації;
– сприяє більш раціональному розподілу ресурсів;
– чітко розмежовує обов'язки та відповідальність працівників підприємства за виконання планових завдань
– поліпшує контроль в організації та ін.

2. Об'єкти і предмет планування на підприємстві

Процес планування діяльності підприємства має багато складових: виробництво і реалізація продукції, її собівартість, забезпеченість трудовими, матеріальними і фінансовими ресурсами, фінансові результати роботи, фінансовий стан підприємства, його інвестиційна діяльність. Саме це і формує об'єкт планування діяльності підприємства.

Планування охоплює всі види діяльності підприємства. Форми й види планування залежать від конкретних об'єктів планування.

Об'єктами планування на підприємстві є всі напрями його діяльності:

– маркетингова;
– інноваційна;
– комерційна;
– економічна;
– соціальна;
– виробнича;
– екологічна.

Та чи інша діяльність підприємства може бути представлена як сукупність окремих функціональних процесів, кожен з яких також є об'єктом планування.

Успішна робота підприємства значною мірою залежить від забезпеченості його необхідними ресурсами та ефективності їх використання. Здійснення цього можливе на основі планування.

Предметом планування на підприємстві є його ресурси. У процесі планування встановлюються їх необхідність, оптимальна кількість, напрями та термін використання, режим споживання, засоби поповнення.

При плануванні розглядають такі групи ресурсів:

– персонал;
– виробничі фонди;
– інвестиції;
– інформацію;
– час.

Основні напрямки планування персоналу на підприємстві: чисельність та структура; продуктивність праці (виробіток та трудомісткість); оплата праці; норми часу та виробітку; підготовка, перепідготовка кадрів; підвищення кваліфікації; стабільність кадрового складу; ефективність стимулювання.

При плануванні виробничих фондів виокремлюють основні й оборотні фонди. При плануванні основних виробничих фондів визначаються їх оптимальна величина, склад та структура, плануються заходи для підвищення інтенсивного й екстенсивного використання фондів, фондовіддача та фондомісткість; заходи щодо капітального ремонту і модернізації, виробнича потужність підприємства в цілому та окремих підрозділів, введення в дію нових виробничих потужностей, режими роботи та ремонту обладнання та ін.

При плануванні оборотних фондів визначаються номенклатура та величина запасів матеріально-технічних ресурсів, запасів незавершеного виробництва, напівфабрикатів власного виробництва, норми витрат товарно-матеріальних цінностей на виготовлення виробів та їх окремих елементів, ефективність використання матеріальних ресурсів, потреба в оборотних коштах та джерелах їх надходження.

Планування інвестицій передбачає визначення майбутніх обсягів та напрямів інвестування власних коштів. Залежно від характеру цінностей предметом планування є такі *види інвестицій:*

– реальні – довгострокові вкладення коштів у матеріальне виробництво;

– фінансові – придбання цінних паперів та майнових прав;

– інтелектуальні, що передбачають вкладення коштів у персонал (підготовку спеціалістів, придбання ліцензій, ноу-хау, наукові розробки).

Наявність інформаційних ресурсів є необхідною умовою ефективної діяльності підприємства. В умовах швидкої рухливості зовнішнього середовища особливе значення приділяють інформаційним технологіям. У планах передбачаються джерела та засоби отримання інформації, засоби обробки інформації, інформаційні потоки.

Планування будь-яких заходів пов’язане з визначенням часу на їх виконання, дати початку та закінчення. Також час як ресурс наявний при прийнятті будь-яких планових рішень. Час може розглядатися як мета та обмеження. Фактор часу наявний у всіх показниках, що характеризують діяльність підприємства.

Наявність предмета і об’єкта планування на підприємстві дозволяє сформувати систему показників планування. При формуванні конкретного показника беруть участь процес, підрозділ та комбінація ресурсів.

3. Організація планування на підприємстві. Структура планових органів

Відповідно до законодавства України сучасне вітчизняне підприємство самостійно планує свою діяльність і визначає перспективи розвитку.

Організація планово-економічної роботи багато в чому залежить від розміру й типу підприємства. На ***малих підприємствах*** не існує глибокого

поділу управлінських функцій і вищі керівники самостійно визначають всі деталі планування й організації виробництва.

На ***великих*** і ***середніх підприємствах*** розроблення стратегічних, тактичних і календарних планів здійснюється з урахуванням прийнятої організаційної структури, розподілу обов'язків між колективами різних служб, підпорядкованості управлінців, контролю й координації всіх функцій організації як єдиного цілого.

Успішність, ефективність системи планування визначається, значною мірою, рівнем її організації, яка спрямована на планомірне поєднання основних елементів системи планування, включаючи такі ***компоненти***:

– плановий персонал;
– механізм планування;
– процес обґрунтування, прийняття та реалізацію планових рішень;
– засоби, що забезпечують процес планування (інформаційне, технічне, математико-програмне та організаційне).

Організаційна структура планування може мати такі форми:

– організаційну структуру з централізованими функціями планування;
– організаційну структуру з децентралізованими функціями планування.

Організаційно-централізоване планування на більшості великих ісередніх підприємств здійснюється «зверху вниз». При такому підході планові стратегії розробляються на вищому рівні управління, де визначаються цілі, основні напрямки й головні господарські завдання розвитку підприємства й проводиться взаємоузгодження нових пропозицій і механізму їх реалізації. Наступним етапом ці цілі, завдання й показники в більш деталізованій конкретній формі включаються в плани підрозділів. Це вже технологічне планування, що встановлює пропорції й обсяги виробництва за всіма видами продукції, що випускається. Після узгодження планових завдань із конкретними виконавцями плани остаточно затверджуються вищим керівництвом підприємства.

Децентралізоване планування (планування "знизу наверх") здійснюється від планів на місцях через плани підрозділів до загального плану шляхом узгодження, об'єднання і корегування. Цілі, стратегії й виробничі плани формуються підрозділами підприємств. До прерогативи планового відділу входять тільки встановлення форм планових документів і координація планової діяльності оперативних підрозділів. Однак навіть при плануванні "знизу наверх" стратегічні ідеї можуть бути висунуті керівництвом підприємства.

4. Принципи планування

Характер і зміст планової діяльності на підприємстві визначають принципи планування. Правильне дотримання принципів планування створює передумови для ефективної роботи підприємства й зменшує ймовірність негативних результатів планування.

Поряд із загальними принципами управління існують і специфічні ***принципи планування***, а саме:

1) принцип обґрунтованості цілей і завдань підприємства. Чітко визначені кінцеві цілі є вихідним пунктом планування. Виділяють п'ять основних цілей (або груп цілей) підприємства:

– господарсько-економічні, що забезпечують ефективність виробництва;

– виробничо-технологічні, що відображають функціональне призначення підприємства;

– науково-технічні, що забезпечують науково-технічний прогрес;

– соціальні, що забезпечують задоволення соціально-побутових і культурних потреб працівників підприємства;

– екологічні, що забезпечують виготовлення екологічно чистої продукції без шкідливого впливу на навколишнє середовище;

2) ***принцип системності***. Він означає, що планування є цілісною системою планів і охоплює всі сфери діяльності підприємства;

3) ***принцип науковості***. Вимагає врахування перспектив науково-технічного прогресу й застосування науково обґрунтованих прогресивних норм використання всіх видів ресурсів;

4) ***принцип безперервності***. Означає паралельне поєднання поточного та перспективного планування;

5) ***принцип збалансованості плану***. Указує на кількісну відповідність між взаємозалежними (взаємозв'язаними) розділами й показниками плану, між необхідними та наявними ресурсами;

6) ***принцип гнучкості***. Означає, що плани повинні бути гнучкими, тобто їх можна змінювати відповідно до зміни внутрішнього і зовнішнього середовищ підприємства.

5. Методи планування

Методи планування – це сукупність засобів, прийомів, процедур, за допомогою яких здійснюється розроблення планів підприємства.

На підприємстві використовується комплекс методів, що сприяє забезпеченню якості розроблених планів.

Планування діяльності підприємства здійснюється за допомогою різних ***методів:***

- *нормативний метод* – планові показники розраховуються на основі прогресивних норм використання ресурсів;
- *балансовий метод* – цілеспрямоване узгодження напрямків використання ресурсів із джерелами їх утворення (надходження) за всією системою взаємозалежних матеріальних, фінансових і трудових балансів;
- *факторний метод* – на основі розрахунків впливу найважливіших чинників, що обумовлюють зміни планових показників;
- *матричний метод* – шляхом побудови моделей взаємозв'язків між виробничими підрозділами й показниками;

– *економіко-математичного моделювання* із засто-суванням ЕОМ – розробляється кілька варіантів плану, в якому показники окремих найбільш важливих розділів мають бути оптимізовані;
– *метод екстраполяції* – виявлені в минулому тенденції розвитку підприємства поширюються на майбутній період;
– *метод інтерполяції* – підприємство встановлює мету на майбутнє і на цій підставі визначає тривалість планового періоду та проміжні планові показники.

6. Форми планування. Система планів підприємства

Залежно від ***тривалості планового періоду*** розрізняють ***перспективне*** (*довгострокове* й *середньострокове*) і ***поточне*** *(короткострокове*) планування. Тривалість планового періоду залежить від ступеня визначеності умов діяльності підприємства, його галузевої належності, загальної економічної ситуації в країні, достовірності первинної інформації, якості її аналітичної обробки тощо.

Довгострокове планування визначає загальну стратегію підприємства, основні напрямки його діяльності. При складанні плану вивчаються варіанти розширення виробництва та зниження витрат. Прогнозуються зміни в номенклатурі продукції й уточнюється політика у функціональних сферах. Результатом цього плану є формулювання довгострокових цілей, складання довгострокових проектів і прийняття довгострокової політики.

Середньострокове планування – це, власне, деталізований стратегічний план на перші роки діяльності підприємства. Межа між довгостроковим і середньостроковим планами є досить умовною й неоднозначною. Середньострокове планування враховує можливості усіх підрозділів на основі їхньої власної оцінки. Розробляються план підприємства з маркетингу, план виробництва, план з праці й фінансовий план.

Поточне планування полягає у розробленні планів на всіх рівнях управління підприємством та за всіма напрямками його діяльності на більш короткі періоди (рік, півріччя, квартал, місяць) і передбачає планування обсягу виробництва, плану з праці й заробітної плати, планування матеріально-технічного забезпечення, собівартості, прибутку, рентабельності тощо.

Залежно від ***змісту планових рішень*** розрізняють:
– стратегічне планування;
– тактичне планування;
– оперативне планування;
– бізнес-планування.

7. Тактичне планування

Складання середньо- та короткострокових планів належить до тактичного планування діяльності підприємства. Тактичні плани відрізняються від стратегічних метою розроблення, змістом, терміном, охопленням сфер впливу.

Тактичні плани деталізують стратегічні, однак сфера їхньої спрямованості більш вузька.

Тактичні плани підприємства складаються з таких ***основних розділів***:

– ***маркетингової програми***: планів маркетингу для основних виробів і загального плану усієї продукції підприємства;
– ***виробничої програми***: завдань з виробництва окремих видів продукції в натуральному й вартісному вираженні (у показниках валової, товарної й реалізованої продукції) з урахуванням підвищення якості та обґрунтування виробничої програми потужністю підприємства;
– ***плану розвитку науки і техніки***: заходів щодо створення й освоєння нових виробів, впровадження нової техніки й технології;
– ***плану з праці й кадрів***: зростання продуктивності праці, чисельності персоналу за категоріями, фонду оплати праці, середньої заробітної плати працівників, балансового розрахунку додаткової потреби в робітниках та службовцях і джерел її забезпечення;
– ***плану капітального будівництва***: обсягів капітальних вкладень, будівельних і будівельно-монтажних робіт, технічного переоснащення підприємства, введень в експлуатацію основних фондів і виробничих потужностей;
– ***плану матеріально-технічного забезпечення***: визначення потреб виробництва у матеріально-технічних ресурсах та джерел їх забезпечення, а також розрахунків щодо зниження питомих витрат сировини, матеріалів, палива й енергії;
– ***планування собівартості, прибутку й рентабельності***: собівартості основних видів продукції, валової, товарної та реалізованої; кошторису витрат на виробництво; прибутку і рентабельності за видами діяльності та у цілому по підприємству;
– ***фінансового плану***: потреби у власних оборотних коштах і завдань з прискорення їх обіговості; балансу доходів і витрат; взаємовідносин з бюджетом, кредитних відносин;
– ***плану соціального розвитку колективу***: заходів щодо поліпшення умов праці, відпочинку й побуту працівників підприємства;
– ***плану заходів щодо охорони природи й раціонального використання природних ресурсів,*** містить такі напрямки: охорону й раціональне використання водних ресурсів; охорона повітряного басейну; охорону й раціональне використання мінеральних ресурсів.

Змістова характеристика тактичних планів також передбачає виокремлення за певними ознаками показників, за якими встановлюються планові завдання, визначається ступінь їх виконання, оцінюється діяльність підприємства взагалі.

Показники, що застосовуються у плануванні, поділяються:

– *за економічним змістом* – на натуральні, трудові й вартісні;

– *за економічним призначенням* – на кількісні і якісні (продуктивність праці, фондовіддача, матеріаломісткість);

– *за способом характеристики* – абсолютні (прибуток) і відносні(рентабельність).

8. Сутність норм та нормативів. Їх класифікація

В умовах ринкових відносин основою науково обґрунтованого планування є нормативна база.

Нормативна база підприємства складається із системи норм та нормативів, які регламентують різні сторони виробничого процесу.

Норма – це гранично допустима абсолютна величина витрат певного ресурсу на виготовлення одиниці продукції встановленої якості в умовах виробництва у плановому періоді.

Норматив – це відносна величина ступеня використання засобів виробництва та предметів праці за сучасної технології, прогресивної організації праці й високої кваліфікації персоналу.

Прогресивність норм та нормативів, глибина їх використання, а також ступінь охоплення ними всіх аспектів виробничо-господарської діяльності складають організаційний рівень планування.

Окреслюють такі ***функції*** норм і нормативів. Норми і нормативи виступають як:

– ***засіб нормативного методу планування*** – для забезпечення збалансованості, пропорційності й оптимальності стратегічних і тактичних планів;

– ***елемент організації виробництва й праці***. Норми і нормативи становлять основу для визначення ліміту та графіка забезпечення робочих місць матеріальними ресурсами, визначають ритмічність та планомірність процесу виробництва;

– ***засіб обліку вимог режиму економії матеріальних ресурсів*** у тактичних і оперативних планах, а також організації раціонального використання сировини, матеріалів, палива та енергії на всіх рівнях управління;

– ***стимул науково-технічного прогресу у виробництві***. Необхідність встановлення прогресивних норм і нормативів вимагає від фахівців активної праці у сфері науково-технічних завдань;

– ***інструмент контролю*** за використанням сировини, матеріалів, палива та енергії у процесі аналізу, перевірок, розроблення форм обліку й звітності.

Норми і нормативи ***класифікуються:***

1) ***за методом розроблення*** поділяються на:

– *розрахунково-аналітичні****,*** тобто науково-обґрунтовані норми та нормативи, які встановлюються на основі техніко–економічних розрахунків;

– *дослідні* – ті, що встановлюються на основі спостережень, лабораторних дослідів та експериментальних досліджень. Дослідні норми та нормативи не враховують впровадження нової техніки і прогресивної технології, передового досвіду, наукової організації праці, тому є менш точними порівняно з розрахунково-аналітичними;

– *дослідно-статистичні* – ті, що визначаються на основі фактичних даних про витрати ресурсів на одиницю продукції за минулий період. Дослідно-статистичні норми та нормативи можуть використовуватися тількив

укрупнених розрахунках, тому що вони не враховують чинники, які впливають на підвищені витрати ресурсів та не забезпечують виявлення і використання внутрішньовиробничих резервів;

2) ***за тривалістю планового періоду*** на:

– *оперативні*, які діють у даний період і відповідають конкретним умовам виробництва на робочих місцях, використовуються для оперативно-виробничого планування;

– *поточні,* які встановлюються для поточного планування на підприємстві, завдяки ним визначається потреба у використанні ресурсів на рік, квартал, місяць. Поточні норми та нормативи враховують оперативні норми та заходи, спрямовані на економію ресурсів;

– *перспективні* – це ті, що використовуються для розроблення стратегічних планів, встановлюються на 5 років і більше. Вони формуються на підставі поточних норм та нормативів з урахуванням виробленої стратегії перспектив розвитку.

9. Система економічних норм і нормативів

Нормативна база підприємства складається з таких основних груп норм та нормативів:

Норми та нормативи витрат праці. Для регламентації витрат живої праці на підприємствах використовують норми витрат часу, обслуговування та чисельності.

Нормування використання засобів праці. Передбачає розроблення норм та нормативів з використання машин, механізмів, будівель та споруд, режиму їх роботи, обслуговування та ремонту, освоєння виробничих потужностей. До цієї групи належать: нормативи режимів роботи, засобів праці, ремонтно-експлуатаційні норми й нормативи, норми обслуговування обладнання.

Нормування матеріальних витрат. Ця група містить норми та нормативи витрат основних матеріалів, запасних частин, агрегатів, вузлів і деталей; норми та нормативи витрат допоміжних матеріалів, нормативи й норми витрат паливно-енергетичних ресурсів.

Норми та нормативи організації виробничого процесу. Передбачають встановлення тривалості виробничого циклу, розміру оптимальних партій виробів, незавершеного виробництва та ін.

Фінансові нормативи регламентують взаємовідносини підприємства з бюджетом, банками та іншими підприємствами й організаціями. Взаємовідносини з бюджетом формуються на основі законодавчо-встановлених податків, зборів, відрахувань; з банками - відповідно до відсотка за кредит чи депозитний вклад.

Питання для самоконтролю

1. Дайте визначення поняттю «планування».
2. Який існує взаємозв’язок між формами передбачення?
3. У чому полягає завдання економічного прогнозування?
4. Які Ви знаєте об’єкти планування на підприємстві?

5. Охарактеризуйте форми організаційної структури планування.
6. Наведіть принципи планування.
7. Охарактеризуйте види планування.
8. Які Ви знаєте методи планування?
9. З чого складається нормативна база підприємства?
10. В чому полягає відмінність норм та нормативів.

Тестові завдання для самоконтролю

1. Об'єктами планування на підприємстві є:

а) всі напрями його діяльності;
б) його ресурси;
в) виробництво і реалізація продукції.

2. Залежно від характеру цінностей предметом планування є такі види інвестицій:

а) реальні;
б) фінансові;
в) інтелектуальні;
г) усі відповіді правильні.

3. На яких підприємствах не існує глибокого поділу управлінських функцій і вищі керівники самостійно визначають всі деталі планування й організації виробництва:

а) великих підприємствах;
б) середніх підприємствах;
в) малих підприємствах;
г) усі відповіді правильні.

*4. П*ланування "знизу наверх" здійснюється при*:*

а) організаційно-централізованому плануванні;
б) організаційно-децентралізованому плануванні.

5. Характер і зміст планової діяльності на підприємстві визначають*:*

а) методи планування;
б) специфічні принципи планування;
в) загальні принципи планування.

6. Підприємство встановлює мету на майбутнє і на цій підставі визначає тривалість планового періоду та проміжні планові показники за допомогою:

а) методу інтерполяції;
б) нормативного методу;
в) факторного методу;
г) економіко-математичного моделювання.

7. Залежно від змісту планових рішень розрізняють:

а) стратегічне планування, тактичне планування, оперативне, планування;
б) стратегічне планування, тактичне планування, оперативне, планування, бізнес-планування;
в) стратегічне планування, тактичне планування, бізнес-планування.

4 ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК

А

Акцизний податок – це непрямий податок, яким обкладаються високорентабельні і монопольні товари.

Амортизація основних фондів – це перенесення їх вартості на вартість новоствореної продукції протягом терміну їх корисного використання (експлуатації).

Асоціація – найпростіша форма договірного об'єднання підприємств,створена з метою постійної координації їх господарської діяльності.Такі підприємства об'єднуються шляхом централізації однієї або кількох функцій (виробничих, управлінських, організації спільних виробництв та ін.).

Б

Банкрутство – це визнана господарським судом нездатність боржника відновити свою платоспроможність і задовольнити визнані судом вимоги кредиторів не інакше, як через застосування ліквідаційної процедури.

Бенчмаркінг – це процес порівняння своїх показників з показниками інших підприємств (конкурентів, лідерів), вивчення і застосування їх успішного досвіду у себе на підприємстві чи в організації.

Бізнес-план – це комплексний плановий документ підприємницької діяльності, в якому передбачені заходи, спрямовані на реалізацію підприємницької ідеї і одержання прибутку.

Бізнес-процес – це сукупність різних видів діяльності, в рамках якої «на вході» використовуються певні види ресурсів, а в результаті цієї діяльності «на виході» створюється продукт, який має цінність для споживача.

В

Видова (технологічна) структура основних фондів – це співвідношення їх активної та пасивної частин.

Види руху предметів праці – це порядок обробки та переміщення в технологічній послідовності сировини, напівфабрикатів до робочих місць по операціях.

Виживання (самозбереження) підприємства – це наявна можливість його позитивного розвитку, внаслідок якого нормалізується стан підприємства як системи, відновлюється його конкурентоспроможність та забезпечується ефективне господарювання.

Виписка з Єдиного державного реєстру – це документ, який містить відомості про юридичну особу та її відокремлені підрозділи, або фізичну особу-підприємця і використовується для їх ідентифікації підчас здійснення господарської діяльності та відкриття рахунку в банку.

Виробнича дільниця є сукупністю робочих місць, на яких виконуються технологічно однорідні роботи або виготовляється однорідна продукція.

Виробнича операція – це завершена частина виробничого процесу, яка виконується на одному робочому місці без переналагодженняустаткування відносно одного й того ж самого предмету праці однимабо кількома робітниками.

Виробнича потужність підприємства – це максимально можливий обсяг випуску продукції за певний час (зміну, добу, місяць, рік) у встановлених номенклатурі та асортименті при повному завантаженні обладнання і виробничих площ з урахуванням прогресивної технології та організації виробництва.

Виробнича програма (план виробництва і реалізації продукції) – це система адресних завдань з виробництва і доставки продукціїспоживачам у розгорнутій номенклатурі, асортименті, відповідноїякості і у встановлені терміни згідно з договорами поставок.

Виробнича структура підприємства – це сукупність, кількісний склад івзаємозв'язки його виробничих підрозділів, які прямо абоопосередковано беруть участь у виробничому процес.

Виробничий потенціал підприємства – це сукупність матеріально-речових і вартісних елементів його виробничої бази, яка відображаєнаявні та приховані можливості підприємства щодо випуску продукціїу максимальному обсязі, відповідної якості та номенклатури.

Виробничий процес – це сукупність дій людей, засобів праці, а такожприроди, внаслідок яких вхідні матеріали і напівфабрикати перетворюються на готову продукцію.

Виробничий цикл – це проходження протягом певного часу виробом або партією виробів усіх стадій виробничого процесу і перетворення їх наготовий продукт.

Виробничі запаси – це предмети праці, які ще не залучені у виробничий процес і знаходяться у вигляді запасів на складах підприємства.

Виробничі інвестиції – це кошти, які спрямовуються на розширене відтворення основних виробничих та невиробничих фондів підприємства**.**

Витрати майбутніх періодів – єдиний не речовий елемент оборотнихфондів, які складаються із витрат на проектування, підготовку таосвоєння нової продукції тощо, здійснених у даному періоді, але якібудуть погашені у майбутньому.

Відтворення основних фондів – це постійне і безперервне відновлення засобів праці у натуральному і вартісному вираженні.

Власний капітал підприємства характеризує загальну вартість засобів підприємства, які належать йому на правах власності і використовуються ним для формування своїх активів.

Власність – це відносини, які складаються між суб'єктами щодо привласнення засобів виробництва і результатів праці.

Внутрішнє середовище підприємства – це сукупність чинників, якістворюються та контролюються ним, визначають його внутрішній

стан,сильні і слабкі сторони, значною мірою впливають на ефективність його функціонування.

Г

Галузь промисловості – це якісно однорідна сукупність підприємств,об'єднань та інших господарських одиниць різних форм власності, які виконують однакові функції в системі суспільного поділу праці.

Галузева структура промисловості – це склад і кількісне співвідношення між окремими галузями та певні виробничі взаємозв'язки, які виникають між ними.

Генеральна тарифна угода є частиною договірного регулювання відносин між роботодавцями (в особі федерації роботодавців) та працівниками (в особі федерації профспілок).

Грошовий потік – це сума чистого доходу підприємства та амортизаційних відрахувань.

Д

Державна регуляторна політика у сфері господарської діяльності – це напрям державної політики, спрямований на вдосконалення правового регулювання господарських, адміністративних відносин між регуляторними органами державної влади та суб'єктами господарювання, недопущення прийняття економічно недоцільних та неефективних регуляторних актів, зменшення втручання держави у діяльність суб'єктів господарювання та усунення перешкод для розвитку господарської діяльності, що здійснюється в межах, у порядку та у спосіб, що встановлені Конституцією та Законами України.

Державний адміністратор – посадова особа міської ради, районної (обласної) державних адміністрацій, яка організовує видачу суб'єкту господарювання документів дозвільного характеру та забезпечує взаємодію місцевих дозвільних органів в процесі видачі документів дозвільного характеру.

Дозвільна система у сфері господарської діяльності – це сукупність урегульованих законодавством відносин, які виникають між дозвільними органами, державними адміністраторами та суб'єктами господарювання у зв'язку з видачею документів дозвільного характеру, переоформленням, видачею дублікатів, анулюванням документів дозвільного характеру.

Документ дозвільного характеру – це дозвіл, висновок, рішення, погодження, свідоцтво тощо, які дозвільний орган зобов'язаний видати підприємцю для надання йому права на здійснення господарської діяльності та без наявності яких він не може її здійснювати.

Дохід (виручка) від реалізації продукції – це загальний дохід (виручка)

від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг без вирахування наданихзнижок, повернення проданих товарів і податків з продажу (ПДВ,акцизного податку та ін.).

Е

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

Економічна безпека підприємства – це його захищеність від негативного впливу зовнішнього середовища та здатність швидко усунути можливі загрози або пристосуватися до наявних умов діяльності.

Елементи витрати – це витрати, які формуються відповідно до їхекономічного змісту; вони є однаковими для всіх галузей і на їх основіскладається кошторис витрат на виробництво.

Ефект – це корисний результат реалізації інвестиційного проекту абоінших вкладень грошових та інших ресурсів.

Ефективність – це економічна категорія, яка відображає співвідношення між одержаними результатами і витраченими на їх досягнення ресурсами.

Ефективність виробництва – це економічна категорія, яка характеризує ступінь досягнення загальних і часткових результатів від використання усіх ресурсів підприємства.

Є

Єдиний дозвільний центр – це робочий орган відповідної міської радиабо районної (обласної) адміністрації, в якому представники місцевих дозвільних органів (санепідемстанції, управління архітектури, управління земельних ресурсів тощо) та державний адміністратор діють за принципом організаційної єдності щодо видачі документів дозвільного характеру, їх переоформлення, анулювання або видачі дублікатів.

Єдиний соціальний внесок (ЄСВ) – це обов’язковий платіж до системизагальнообов’язкового державного соціального страхування. ЄСВ включає відрахування до: Пенсійного фонду, фонду страхування навипадок безробіття, фонду із тимчасової втрати працездатності, фонду страхування від нещасних випадків на виробництві.

З

Загальна структура підприємства – це сукупність його виробничих підрозділів, закладів соціально-культурного призначення, а також підрозділів апарату управління.

Заробітна плата – це грошовий вираз ціни робочої сили, якийвиплачується працівникові у вигляді винагороди за виконану нимроботу.

Засновницький договір – це угода, укладена між двома або кількома засновниками щодо створення підприємства.

Зношування основних фондів - це втрата ними своєї вартості, тобто їх

старіння у фізичному та економічному розумінні

І

Інвестиції – це сукупність усіх видів майнових та інтелектуальних цінностей, які вкладаються в об’єкти підприємницької та інших видів діяльності і в результаті яких створюється прибуток (дохід) або досягається соціальний ефект.

Інновації – новостворені або вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція, послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного характеру, які істотно поліпшують структуру і якість виробництва та соціальної сфери.

Інноваційна діяльність – це діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок.

Інноваційний процес – це сукупність якісно нових прогресивних змін, які безперервно виникають у просторі та часі.

К

Калькулюванням собівартості продукції – це процес обчислення собівартості одиниці продукції.

Капітал підприємства – це сукупна вартість засобів у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, інвестована у його активи.

Кодекс усталеної практики – нормативний документ, який містить практичні правила або процедури проектування, виготовлення, монтажу, технічного обслуговування, експлуатації обладнання, конструкцій чи виробів.

Колективний договір – це угода між трудовим колективом підприємствав особі профспілки та його адміністрацією або власником, яка регулює їх виробничі, економічні і трудові відносини.

Конкурентоспроможність – це характеристика продукції, яка відображає її відмінність від продукції-конкурента за ступенем задоволення конкретної потреби та витратами на його забезпечення.

Консорціум – тимчасове статутне об’єднання підприємств (найчастіше промислового і банківського капіталу) для досягнення його учасниками спільної підприємницької ідеї, господарської мети. Такою метою можуть бути масштабний будівельний проект, реалізаціяцільової програми, науково-технічного проєкту та ін.

Концерн – це статутне об’єднання підприємств, організацій на основі фінансової залежності від одного або групи учасників з централізацією функцій виробничого і науково-технічного розвитку, інвестиційної, фінансової, зовнішньоекономічної та іншої діяльності.

Корпоративне управління – система відносин, котра визначає правила й процедури прийняття рішень щодо діяльності господарського товариства та здійснення контролю, а також розподіл прав і обов'язків між органами товариства та його учасниками стосовно управління товариством.

Корпорація – договірне об'єднання, створене на основі поєднання виробничих, наукових та комерційних інтересів підприємств з делегуванням ними окремих повноважень органу управління корпорацією; цей орган використовує ці повноваження для централізованого регулювання діяльності кожного з учасників.

Кошторис витрат – це загальна сума витрат підприємства за усіма видамиресурсів, які будуть використані у плановому періоді незалежно від місця.

Кризова ситуація на підприємстві – це ситуація, яка характеризується розбалансуванням його економічного організму з подальшою його неспроможністю фінансово забезпечити виробничий процес, що призводить до банкрутства.

Критерій економічної безпеки – це вимірник стану підприємства з точки зору відповідності фактично досягнутих показників його діяльності наперед встановленим індикаторам, які відображають сутність економічної безпеки.

Л

Лізинг – це особливий вид оренди рухомого і нерухомого майна виробничого призначення, умови якої фіксуються у відповідному договорі між орендодавцем (лессором) і орендарем (лізером).

Ліцензійна угода – це договір, відповідно до якого власник нематеріального ресурсу (ліцензіар) передає іншій особі (ліцензіату) ліцензію на використання своїх прав на патенти, товарні знаки та ін.

М

Макросередовище підприємства – це середовище непрямого впливу, яке складається з елементів, не пов'язаних з підприємством безпосередньо, але які мають вплив на формування загальної атмосфери бізнесу.

Мета функціонування підприємства на ринку – задоволення суспільних потреб у певних видах продукції (роботах, послугах) та одержання прибутку.

Метод організації виробничого процесу – це спосіб його здійснення, сукупність прийомів і засобів його реалізації, які ґрунтуються на певних принципах.

Методи планування – це конкретні способи, прийоми, за допомогою яких розраховуються числові значення планових показників істратегічних програм.

Методи управління – це способи цілеспрямованого впливу напрацівників і виробничі колективи для досягнення поставлених передними завдань.

Міжгалузевий баланс – це модель, яка містить систему економічних показників і відображає конкретні пропорції виробництва і споживання кожного виду продукції.

Міжнародний бізнес – це реалізація міжнародних економічних відносин шляхом ділової взаємодії господарських суб'єктів різних країн з метою взаємовигідної співпраці, одержання прибутку та зміцнення ринкових позицій.

Міжнародні стандарти аудиту – прийняті Міжнародною федерацією бухгалтерів документи, що визначають стандарти аудиту.

Міжнародні стандарти нагляду (оверсайту) платіжних систем – документи, прийняті Комітетом з платіжних і розрахункових систем Банку міжнародних розрахунків та Технічним комітетом Міжнародної організації комісій з цінних паперів, що визначають стандарти нагляду (оверсайту) платіжних систем і систем розрахунків.

Міжнародні стандарти професійної практики внутріннього аудиту – прийняті Радою з Міжнародних стандартів внутрішнього аудиту, схвалених Наглядовою радою професійної практики.

Міжнародні стандарти фінансової звітності – прийняті Радою з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку документи, що визначають стандарти фінансової звітності та бухгалтерського обліку.

Мікросередовище – це середовище прямого впливу на підприємство, учасники ринку, які безпосередньо контактують з підприємством.

Мінімальна заробітна плата – це встановлений на законодавчому рівнірозмір заробітної плати за просту, некваліфіковану працю.

Мінімальна пенсія – державна соціальна гарантія, розмір якої визначається Законом.

Мінімальний страховий внесок – сума коштів, що визначається розрахунково як добуток розміру мінімальної заробітної плати і розміру єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, встановлених законом, на місяць, за який нараховується заробітна плата (дохід).

Моделювання бізнес-процесів – це засіб пошуку шляхів оптимізації діяльності підприємства, прогнозування та мінімізації ризиків, які виникають на різних етапах реорганізації підприємства.

Модернізація основних фондів – це внесення в конструкцію діючого обладнання змін, які підвищують його технічний рівень і покращують економічні характеристики.

Моніторинг зовнішнього середовища – це постійне відстеження поточної та нової інформації про стан зовнішнього середовища. Таке відстеження найчастіше проводиться у формі регулярних спостережень закритичними чинниками зовнішнього середовища, а також у формі спеціальних спостережень.

Моральне зношування основних фондів – це передчасне, до закінчення строку фізичної служби, знецінення основних фондів, яке призводить довтрати доцільності їх використання.

Мотивація – це сукупність взаємопов'язаних заходів, які стимулюють працівника або колектив працівників підприємства до досягнення індивідуальних та спільних цілей його діяльності.

Н

Накопичувальний пенсійний фонд – цільовий позабюджетний фонд, який створюється відповідно до Закону, акумулює страхові внески застрахованих осіб, що обліковуються на накопичувальних пенсійних рахунках та інвестуються з метою отримання інвестиційного доходу на користь застрахованих осіб, пенсійні активи якого використовуються для оплати договорів страхування довічних пенсій або одноразових виплат застрахованим особам, а у випадках, передбачених Законом, членам їхніх сімей чи спадкоємцям та на інші цілі, передбачені Законом.

Наукова організація праці – це така її організація, яка ґрунтується тадосягненнях науки, техніки і передовому досвіді; вона дозволяє найкращим чином об’єднати в єдиному процесі виробництва техніку, людей, забезпечити ефективне використання ресурсів підприємства та збереження здоров’я його працівників.

Недержавний пенсійний фонд – недержавни пенсійний фонд,який створений та діє відповідно до законодавства про недержавне пенсійне забезпечення.

Незавершене виробництво – предмети праці, які вступили у виробничий процес, не пройшли усіх стадій обробки і знаходяться безпосередньо на робочих місцях або в процесі транспортування від одного робочого місця до іншого.

Нематеріальні активи – це права власності і захист доступу до нематеріальних ресурсів підприємства, їх використання в господарській діяльності з метою одержання доходу.

Нематеріальні ресурси підприємства – це складова частина його потенціалу, яка забезпечує економічну користь протягом тривалого часуі має ту особливість, що в них відсутня матеріальна основа здобуваннядоходів і не визначені майбутні їх розміри.

Непрацездатні громадяни – особи, які досягли встановленого законом пенсійного віку чи визнані інвалідами, у тому числі діти–інваліди, а також особи, які мають право на пенсію узв'язку з втратою годувальника відповідно до Закону.

Норма витрат матеріальних ресурсів – це гранично допустима кількість сировини, матеріалів, палива, енергії для виробництва одиниці продукції або виконання одиниці роботи визначеної якості.

Норматив оборотних коштів – це грошовий вираз вартості мінімальнихі в той же час достатніх запасів товарно-матеріальних цінностей, залишків незавершеного виробництва, готової продукції та іншихкоштів.

О

Об’єкти авторського та суміжних прав – це твори науки, літератури і мистецтва, незалежно від їх обсягу, призначення, жанру, які можуть існувати у письмовій, усній, образотворчій та інших формах, а також комп’ютерні програми і бази даних - інформаційні продукти.

Організаційна структура управління – це склад, взаємодія, підзвітність елементів системи управління, тобто окремих підрозділів та працівників.

Облігація – цінний папір, який підтверджує внесення грошової суми і зобов'язання повернути номінальну вартість цього цінного паперу в передбачений термін з виплатою певного доходу за облігацією.

Оборотний капітал – частина капіталу підприємства, вартість якої переноситься у створювану продукцію повністю протягом одного виробничого циклу і повертається підприємству у грошовій формі після її реалізації. До нього належать предмети праці (сировина, матеріали,паливо, енергія), а також капітал, витрачений на робочу силу.

Оборотні кошти підприємства – це сукупність грошових коштів, вкладених в оборотні фонди і фонди обігу.

Оборотні фонди підприємства – це частина його виробничих фондів, яка споживається в одному технологічному циклі виготовлення продукції і повністю переносить свою вартість на вартість цієї продукції.

Організаційний прогрес – це застосування нових та удосконалення існуючих методів і форм організації виробництва, праці, елементів господарського механізму в усіх ланках управління економікою.

Основний капітал – це частина капіталу підприємства, яка бере участь увиробництві товару протягом багатьох виробничих циклів і переноситьсвою вартість на вироблену продукцію частинами. До основного капіталу належать кошти, вкладені у засоби праці (будівлі, споруди,машини, обладнання та ін.).

Основні фонди підприємства – це засоби праці, які використовуютьсяним в процесі виробництва і постачання продукції, для здійснення соціально-культурних та адміністративних функцій протягом тривалогочасу і переносять свою вартість на вартість готової продукції поступово, шляхом амортизаційних відрахувань.

П

Патент – це виданий державним органом охоронний документ, який підтверджує виключне право його власника на використання зазначеного в патенті об'єкта промислової власності.

Пенсія – щомісячна пенсійна виплата в солідарній системі загальнообов'язкового державного пенсійного страхування, котру отримує застрахована особа в разі досягнення нею передбаченого Законом пенсійного віку чи визнання її інвалідом, або отримують члени її сім'ї у випадках, визначених Законом.

Пенсійні виплати – грошові виплати в системі загальнообов'язкового державного пенсійного страхування, що здійснюються у вигляді пенсії, довічної пенсії чи одноразової виплати.

Персонал підприємства – це сукупність постійних працівників, якімають необхідну професійну підготовку та (або) практичний досвід інавики роботи.

Персоніфікований облік – збирання, оброблення, систематизація та зберігання передбаченої законодавством про пенсійне забезпечення і Законом України "Про недержавне пенсійне забезпечення" інформації про учасників недержавного пенсійного забезпечення, відомостей про визначення їх прав на пенсійні виплати за рахунок коштів, накопичених на їх користь, а також для обчислення розміру цих виплат.

Підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

Підприємницький договір – це акт, у якому виражена згода партнерів діяти спільно на засадах взаємної вигоди. Підприємницька діяльність без таких договорів є неможливою.

Підприємство – це організаційно відокремлена, економічно самостійна одиниця виробничої сфери народного господарства, яка спеціалізується на виготовленні продукції, наданні послуг або виконанні робіт.

Підприємці – суб'єкти господарювання, які здійснюють підприємницьку діяльність, та постійні представництва.

Планування – це процес встановлення цілей підприємства та вибору найефективніших способів їх досягнення.

Позиковий капітал підприємства – це капітал, сформований шляхом залучення коштів ззовні, незалежно від джерела та вартості його отримання. Джерелами позикового капіталу є банківські кредити, позики інших інвесторів, тимчасово залучені кошти (кредиторська заборгованість).

Потокова лінія – це сукупність робочих місць, розташованих за ходомтехнологічного процесу та призначених для виконання закріплених заними операцій.

Представники застрахованих осіб – профспілки або їх об'єднання чи інші уповноважені найманими працівникамиорган (представники).

Представники роботодавців – організації роботодавців, їх об'єднання або інші уповноважені роботодавцями органи (представники).

Прибуток – це частина доходу, яка залишається підприємству після відшкодування усіх витрат, пов'язаних з виробництвом, реалізацією продукції та іншими видами діяльності.

Принципи управління – це певні засади і правила, якими керуютьсяменеджери в процесі управлінської діяльності.

Продуктивність праці – це показник, який характеризує її ефективність івідображає співвідношення обсягу продукції та кількості праці,затраченої на її виробництво.

Промислово-фінансова група (ПФГ) – об'єднання, яке створюється зарішенням Кабінету Міністрів України на певний строк з метою реалізації конкретної державної програми розвитку пріоритетнихгалузей виробництва, структурної перебудови економіки, активізації інвестиційно-інноваційних

процесів, підвищення ефективності діяльності підприємств, їх конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Р

Регуляторний акт – це прийнятий уповноваженим регуляторним органом нормативно-правовий акт, який або окремі положення якого спрямовані на правове регулювання господарських відносин, а також адміністративних відносин між регуляторними органами або іншими органами державної влади та суб'єктами господарювання.

Регуляторна діяльність – це діяльність, спрямована на підготовку, прийняття, відстеження результативності та перегляд регуляторних актів, яка здійснюється регуляторними органами, фізичними та юридичними особами, їх об'єднаннями, територіальними громадами в межах, у порядку та у спосіб, визначені законодавством.

Резервний фонд – фонд, сформований відповідно до законодавчих актів України, які регулюють діяльність господарських товариств, з урахуванням вимог Закону України "Про недержавне пенсійне забезпечення" адміністратором, компанією з управління активами з метою відшкодування збитків, що можуть бути завдані цими юридичними особами під час надання послуг пенсійному фонду внаслідок неналежного виконання зобов'язань перед пенсійним фондом та порушення ними законодавства.

Реінжиніринг – це фундаментальне переосмислення і перебудова бізнес- процесів підприємства для досягнення ним істотного, стрибкоподібного поліпшення якості функціонування та забезпечення конкурентоспроможності.

Ремонт основних фондів – це відновлення фізичного зношування їх окремих конструктивних елементів (вузлів, деталей) та підтримання основних фондів у працездатному стані протягом всього терміну їх служби.

Рентабельність – це відносний показник ефективності роботи підприємства, який у загальній формі обчислюється як відношення прибутку до витрат (ресурсів).

Реконструкція підприємства – це здійснюване за єдиним проєктом повне або часткове переобладнання виробництва. Основна частина інвестицій спрямовується на поліпшення активної частини основних фондів при використанні старих виробничих будівель та споруд.

Реструктуризація підприємства – це здійснення організаційно-господарських, фінансово-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на реорганізацію підприємства, що сприятиме його фінансовому оздоровленню, збільшенню обсягів випуску конкурентоспроможної продукції, підвищенню ефективності виробництва та задоволенню вимог кредиторів.

Ризик у виробничо-господарській діяльності – це можливість втрати частини ресурсів або недоотримання прибутку порівняно з тим його рівнем, який міг бути досягнутим за найбільш раціонального використання ресурсів і перспектив розвитку кон'юнктури ринку.

Ринкова влада – здатність виробника або споживача впливати на ринкову ціну.

Ринкова інфраструктура є сукупністю особливих інститутів, які виконують функції надання спеціалізованих послуг суб'єктам господарювання з метою створення для них нормальних умов для функціонування, найкращої реалізації їх інтересів.

Ринок – це соціально-економічні відносини між відособленими виробниками і споживачами в процесі обміну продуктами або послугами. За допомогою цих відносин визначається суспільна цінність товарів, відображена у їх ціні. Він є сукупністю конкретних механізмів,важелів та інструментів, які забезпечують реалізацію інтересів продавців та покупців ресурсів, товарів, послуг на еквівалентній основі.

Роботодавець – власник підприємства, установи, організації незалежно від форми власності, виду діяльності або уповноважений ним орган чи фізична особа, яка відповідно до законодавства використовує найману працю.

Розширення виробництва – це спорудження других і наступних черг, додаткових виробничих комплексів, цехів, комунікацій, допоміжних та обслуговуючих виробництв на території підприємства.

С

Санація – це система заходів фінансового оздоровлення підприємства, які спрямовані на запобігання його банкрутству та ліквідації.

СВОТ-аналіз – це метод дослідження, який передбачає виявленнясильних та слабких сторін підприємства, можливостей та загроз, якіочікують його у майбутньому, а також встановлення взаємозв'язку міжними.

Свідоцтво про визнання відповідності – документ, який засвідчує визнання іноземних документів про підтвердження відповідності продукції вимогам, встановленим законодавством України.

Середовище функціонування підприємства – це сукупність певних чинників і обставин, які знаходяться як усередині, так і поза ним, івпливають на прийняття рішень.

Сертифікат – це документ, який підтверджує відповідність вимогам конкретного стандарту або іншого нормативного документа якостіпродукції, системи якості, системи управління якістю тощо.

Сертифікація – це процедура, за допомогою якої уповноважений орган документально засвідчує відповідність продукції, системи якості системи управління довкіллям, персоналу, встановленим законодавством вимогам.

Сканування зовнішнього середовища – це напрямок аналітичної роботи, який швидко розвивається та використовується у системах стратегічного управління підприємствами. Призначення сканування -збір інформації, оцінка і прогноз змін у зовнішньому середовищі.

Службова ротація кадрів – це переміщення в межах певної галузі, підприємства чи організації здібних, висококваліфікованих і досвідчених спеціалістів на більш відповідальні службові або управлінські посади.

Собівартість продукції – це вартісна форма поточних витрат підприємства на підготовку виробництва, виготовлення та збут продукції.

Ставка дисконту (R) – це процентна ставка, яка характеризує норму прибутку, на який щорічно розраховує інвестор. В якості ставки дисконту може бути прийнята середня кредитна або депозитна ставка, індивідуальна норма доходності інвестицій із врахуванням ризику, рівня інфляції, інші альтернативні норми доходності інвестицій.

Стандарт – нормативний документ, прийнятий відповідним органом, який встановлює правила, настанови та характеристики щодо діяльностіабо її результатів, та спрямований на досягнення оптимального ступеня впорядкованості у певній сфері.

Стандартизація – це діяльність по встановленню положень, спрямованих на досягнення оптимального ступеня впорядкованості упевній сфері та призначених для загального та неодноразового використання.

Статті витрат – це витрати, які відрізняються між собою функціональною роллю у виробничому процесі та місцем виникнення. За статтями витрат формується собівартість одиниці продукції, тобто її калькуляція.

Статут підприємства – це зібрання обов’язкових правил, які регулюють його індивідуальну діяльність, а також взаємовідносини з іншими суб’єктами господарювання.

Стратегічне планування є сукупністю процедур і рішень, за допомогою яких розробляється стратегія підприємства, спрямована на досягнення його цілей.

Стратегія – це визначення довгострокового курсу розвитку підприємства, його затвердження та розподіл ресурсів на його реалізацію.

Страховий стаж – період (строк), протягом котрого особа підлягала державному соціальному страхуванню, якою або за яку сплачувався збірна обов'язкове державне пенсійне страхування згідно із законодавством,що діяло раніше, та/або підлягає загальнообов'язковому державному пенсійному страхуванню згідно із Законом України “Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування” і за який сплачено страхові внески.

Структура підприємства – це його внутрішня будова, яка характеризує склад, розміри його внутрішніх підрозділів, їх підпорядкованість та систему взаємозв’язків між ними.

Структура ринку – це сукупність та взаємодія окремих елементів ринку, а також співвідношення між ними.

Суспільний поділ праці – це відокремлення різних видів трудовоїдіяльності на рівні світового господарства, економіки окремих держав, регіонів, підприємств. Він призводить до зростання продуктивності суспільної праці.

Суб’єкти господарювання – юридичні особи–резиденти і фізичні особи-підприємці.

Т

Тарифна сітка – це сукупність кваліфікаційних розрядів і відповідних їм тарифних коефіцієнтів.

Тарифна угода – це договір між представниками сторін з питань оплати праці та соціальних гарантій працівників, предметом якої є єдині для підприємств галузі тарифна сітка для робітників і шкала співвідношень мінімальних посадових окладів.

Тарифний коефіцієнт – елемент диференціації тарифних ставок тарифної сітки, який є відношенням розміру тарифної ставки кожного наступного розряду тарифної сітки до розміру тарифної ставки першого розряду.

Технічне переоснащення підприємства – це здійснення заходів щодо впровадження нової техніки, технології на окремих дільницях, механізації і автоматизації виробництва, замін застарілого обладнання, які здійснюються згідно плану технічного розвитку підприємства без розширення виробничих площ.

Технічний регламент – це закон України або інший нормативно-правовий акт, який визначає характеристики продукції або пов'язані з нею процеси чи способи виробництва, а також вимоги до послуг, дотримання яких є обов'язковим.

Технічні умови – нормативний документ, який встановлює технічні вимоги, яким повинні відповідати продукція, процеси або послуги.

Тип виробництва – це категорія, яка комплексно характеризує організаційно-технічний рівень виробництва та широту номенклатури продукції, обсяг, регулярність і стабільність її випуску, а також форми руху виробів по робочих місцях.

Трансформація підприємства – це процес реалізації системних організаційно-управлінських перетворень (реструктуризації та ін.) з метою досягнення основних його цілей, насамперед – підтримки конкурентоспроможності на ринку.

Тривалість одного обороту оборотних коштів підприємства – це час, протягом якого оборотні кошти здійснюють один кругообіг.

У

Угода – це будь-яка домовленість між підприємцями, в основі якоїлежить комерційний інтерес.

Управління персоналом – це частина кадрової політики підприємства, яка є цілеспрямованою діяльністю його керівників усіх рівні щодо забезпечення кадрами, оплати праці, дисципліни праці, її гігієни, безпеки та ін.

Управління підприємством – це діяльність, спрямована на ефективне його функціонування і досягнення поставленої мети через використання засобів і методів впливу на усі процеси всередині нього, координацію роботи структурних підрозділів та персоналу.

Управління ризиками в господарській діяльності – це процес встановлення видів і джерел ризиків, оцінки їх величини, розробки тареалізації заходів, спрямованих на передбачення, запобігання або зменшення можливих підприємницьких втрат.

Управління якістю – це дії, спрямовані на встановлення, забезпечення та підтримку необхідного рівня якості продукції в процесі її проектування, виробництва і експлуатації.

Учасник пенсійного фонду – фізична особа, на користь якої сплачуються (сплачувалися) пенсійні внески до пенсійного фонду та яка має право на отримання пенсійних виплат чи отримує такі виплати з пенсійного фонду згідно із Законом.

Ф

Фізичне зношування основних фондів – це втрата ними своїх споживчих властивостей, внаслідок чого вони перестають задовольняти поставленим до них вимогам.

Фінансово-економічний стан підприємства – це комплексне поняття, яке відображає взаємодію усіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських чинників і характеризується системою показників.

Х

Холдинг – суб'єкт господарювання, який володіє контрольним пакетомакцій дочірніх підприємств, які є учасниками асоційованого підприємства (господарської організації), тобто групи суб'єктів господарювання – юридичних осіб, пов'язаних між собою відносинами економічної та організаційної залежності у формі участі у статутному капіталі. Між холдинговою компанією та її дочірніми підприємствами встановлюються відносини контролю та підпорядкування

Ц

Цензи – це вимоги, яким повинні відповідати робітники кожної професії,спеціальності та кваліфікації; вони відображають завдання та обов'язкиробітника, вимоги до знань (що робітник повинен знати), кваліфікаційні вимоги.

Цех – це територіально і адміністративно відокремлений підрозділ підприємства, в якому виконується комплекс робіт відповідно до внутрішньозаводської спеціалізації.

Ціна – це грошовий вираз вартості товару, кількість грошей, яка сплачується (одержується) за одиницю товару або послуги.

Цінний папір – це документ встановленої форми, який засвідчує майнові права суб'єкта, здійснення або передача яких можлива за умови йогопред'явлення. Разом з передачею цінного паперу іншій особі переходять усі засвідчені ним права.

Ціноутворення – це процес обґрунтування, затвердження та перегляду цін і тарифів, визначення їх рівня, співвідношення та структури.

Ю

Юридичні особи-нерезиденти – юридичні особи з місцезнаходженням за межами України, які створені й діють відповідно до законодавства іноземної держави.

Юридичні особи-резиденти – юридичні особи з місцезнаходженням на території України, які здійснюють свою діяльність на підставі законів України.

Я

Якість продукції – це сукупність властивостей, які зумовлюють їїпридатність задовольняти певні потреби споживачів відповідно до її призначення.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. Мельник Л. Г. Економіка підприємства : підручник. Суми : Університетська книга, 2024. 874 с.
2. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. Л. Г. Ліпич. Луцьк : Вежа-Друк, 2021.

Додаткова:

1. Ковальська Л. Л., Кривов`язюк І. В. Економіка підприємства : підручник. Київ : Кондор, 2020. 700 с.
2. Бойчик І. М. Економіка підприємства : підручник. Київ : Кондор, 2016. 378 с.

Інформаційні ресурси:

1. Законодавство України : офіційний веб-сайт.URL: http://zakon.rada.gov.ua (дата звернення: 17.04.2025).
2. Державна служба статистики України : офіційний веб-сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 17.04.2025).
3. Міністерство економіки України : офіційний веб-сайт. URL: www.me.gov.ua (дата звернення: 12.04.2025).
4. Mathematics Statistics and Analysis Calculators.*Good calculators* : веб-сайт. URL: https://goodcalculators.com/marginal-utility-calculator (дата звернення: 01.05.2025).
5. Price Elasticity of Demand (PED) Calculator. Goodcalculators : веб-сайт. URL: https://goodcalculators.com/price-elasticity-of-demand-calculator (дата звернення: 01.04.2025).
6. Мультимедійний репозиторій кафедри ІЕПФ «CyberCloud». *Інформаційний простір економіко-управлінської освіти ІННІ ім. Ю.М. Потебні ЗНУ*: веб-сайт. URL: https://znuiepf.com.ua/?page_id=2460(дата звернення: 08.05.2025).

ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Аналіз господарської діяльності : навч. посіб. / за заг. ред. І. В. Сіменко, Т. Д. Косової. Київ : ЦУЛ, 2013. 384 с.
2. Воронкова В. Г., Нікітенко В. О., Метеленко Н. Г., Оглобліна В. О. Зелена цифрова трансформація як драйвер сталого розвитку регіонів у повоєнному відновленні. *Educational Discourse* : collection of scientific papers / Chief Editor O. P. Kyvliuk, D. B. Svyrydenko. Kyiv : LLC "Scientific Information Agency "Science-technologies-information", 2025. Volume 52(1-2). С.22-30.
3. Голомб В. В., Оглобліна В. О. Підприємницька діяльність в Україні під час війни: особливості та проблеми. *Інфраструктура ринку*. 2023. № 72. С. 66-71. URL: http://www.market-infr.od.ua/uk/72-2023 (дата звернення: 01.04.2025).
4. Голомб В. В., Оглобліна В. О , Голомб В. В. Міжнародні маркетплейси у цифровій економіці як драйвер розвитку українського експорту та підвищення ефективності бізнесу. *Інфраструктура ринку*. 2025. № 82. С. 279-284. URL: http://www.market-infr.od.ua/uk/82-2025 (дата звернення: 04.05.2025).
5. Кукіна Н. В., Оглобліна В. О., Ткаченко Є. Ю. Формування системи управління ризиками підприємства. *Збірник наукових праць ТДАУ ім. Дмитра Моторного (економічні науки).* 2024. № 4(53). С. 102-108. URL: https://oj.tsatu.edu.ua/index.php/zbirnyk/article/view/863 (дата звернення: 24.04.2025).
6. Ідентифікація фінансово-економічних ризиків та цифрова трансформація повоєнного відновлення промислових підприємств Запорізького регіону / Н. Г. Метеленко, В. В. Глущевський, І. О. Клопов, В. О. Оглобліна та ін. *Цифрова трансформація промислового менеджменту у контексті викликів, можливостей та змін* : монографія / за ред. В. Г. Воронкової, Н. Г. Метеленко. Львів-Торунь : Liha-Pres, 2024. С. 198-249.
7. Економіка металургійного виробництва: метод. рек. до практ. занять для здобувачів ступеня вищ. освіти бакалавр спец. «Металургія» освіт.-проф. програми «Металургія» / Н. Г. Метеленко та ін. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2024. 68 с.
8. Логістика у підприємництві : навч.-метод. посіб. для здобувачів ступеня вищ. освіти бакалавра спец. 072 «Фінанси, банк. справа, страхування та фонд. ринок» освіт.-проф. програми «Фінанси держави та підприємн. структур» / Н. Г. Метеленко та ін. Запоріжжя : ЗНУ, 2024. 187 с.
9. Ідентифікація фінансово-економічних ризиків та цифрова трансформація повоєнного відновлення промислових підприємств Запорізького регіону / Метеленко та ін. *Цифрова трансформація промислового менеджменту у контексті викликів, можливостей та змін* : монографія за ред. В. Г. Воронкової, Н. Г. Метеленко. Львів-Торунь : Liha-Pres, 2024. С. 198-249.
10. Метеленко Н. Г., Оглобліна В. О., Попова А.О., Пєтухова О.В. Економіка підприємства: навч.-метод. посіб. для здобувачів ступеня вищ.

освіти бакалавра спец. 051 “Економіка” освіт.-проф. програми “Інформаційна економіка”. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2025. 204 с.

11. Метеленко Н. Г., Попова А. О., Оглобліна В. О., Сіліна І. В. Соціальне підприємництво в контексті економіко-екологічного інноваційного розвитку в напрямку повоєнного відновлення України. *Соціальне підпримництво та традиційні форми бізнесу* : монографія / за заг. ред. А. В. Переверзєвої. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. С. 49-65.

12. Оглобліна В. О., Загородній С. А., Пінчук І. М. Механізм управління капіталом підприємства в сучасних умовах. *Сучасні перспективи розвитку обліку, фінансів, економіки, управління, права та інженерії* : матеріали Міжнарод. наук.-практ. конф. (5-6 груд. 2024 р., м. Запоріжжя) / за ред. А. П. Макаренка, Т. О. Меліхової. Запоріжжя : ЗНУ, 2024. С. 238-240.

13. Оглобліна В. О. Котелевець Ю. О., Камардін М. Є. Роль ефективного управління бізнесом в умовах сьогодення. *Майбутнє – аудит:* матер. міжнарод. наук.-практ. інтернет-конф., присвяч. пам’яті д-ра. екон. наук, професора В. Я. Нусінова (м. Кривий Ріг, 15 січ. 2025 р.) / редкол.: М. І. Ступнікта ін. Кривий Ріг : Вид. Р. А. Козлов, 2025. С. 181-183.

14. Оглобліна В. О., Ситий В. Л., Лисенко А. П. Управління виробничим потенціалом промислового підприємства в умовах політики відновлення. *Сучасні перспективи розвитку обліку, фінансів, економіки, управління, права та інженерії* : матереріали Міжнарод. наук.-практ. конф., 5-6 груд. 2023 р., м. Запоріжжя, ІННІ ім. Ю. М. Потебні ЗНУ / за ред. А. П. Макаренка, Т. О. Меліхової. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. С. 25-26.

15. Оглобліна В. О., Павелко О. Д. Сучасні системи управління персоналом підприємств. *Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності* : матеріали IV Міжнарод. наук.-практ. конф., 10-11 трав. 2023 р. / за заг. ред. А. М. Ткаченко. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. С. 274-276.

16. Ткаченко Є. Ю., Зінченко В. В. Сучасні підходи до оцінки фінансової стійкості підприємства. *Науковий журнал «Причорноморські економічні студії».* 2024. № 86. С. 153-159. URL: http://bses.in.ua/journals/2024/86_2024/26.pdf. (дата звернення: 28.03.2025).

17. Glushchevsky V. ., Ogloblina V. ., Zhyliakov O. ., Khrapkin O. . Applied economic-mathematical analysis of fire-resistant products sintering processes: efficiency management of production plans PJSC «Zaporizhvognetryv». *Збірни кнаукових праць «Металургія»*. 2023. Вип 2. С. 26-36.

18. Ogloblina V., Pliska V. Current trends in the management of Ukrainian industrial enterprises. *Підприємницька, торговельна, біржова діяльність: тенденції, проблеми та перспективи розвитку* : матеріали VI міжнарод. наук.-практ. конф. (3 січ. 2025 р., м. Київ). Київ : Навч.-наук. ін.-т менеджменту та підприємництва ДУІКТ, 2025. С. 55-58.

19. Ricketts M. The economics of business enterprise. EdwardElgar Publishing, 2019. URL:

https://books.google.com/books?hl=ru&lr=&id=AwyEDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT7&dq=Enterprise+economics&ots=X6yYWR8xAG&sig=agXyzy__-WB_kkeVhYPNX8jbw2o(дата звернення: 20.04.2025).

20. The Mechanism of Activation of Investment Potential in the Post-Conflict Period of Development of the Tourism Industry / Sergiy Tsviliy, Denys Mykhailyk, Viktoriia Ogloblina, Darya Gurova et al. *QUBAHAN ACADEMIC JOURNAL*.Vol. 4, № 3, August 2024, PP. 176–195.

21. The Determenants of Neutralizing the Influence of the Production Risks of Agricultural enter Prisenson the Competitiveness of the Processing Industry / Tetiana Yavorska, Oksana Kostiuk, Mykola Rostiuk, Sergiy Tsvili, Victoria Ogloblina. *ŻYWNOŚĆ. NAUKA. TECHNOLOGIA. JAKOŚĆ,*2024,31,2(139), PP. 211–239.

22. Ramanadham V. V. The economics of public enterprise. Routledge, 2019. URL: https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780429199615/economic-analysis-public-enterprises-ralph-turvey (дата звернення: 15.05.2025).

Навчальне видання

(*українською мовою*)

Метеленко Наталя Георгіївна
Оглобліна Вікторія Олександрівна
Глущевський В`ячеслав Валентинович
Клопов Іван Олександрович

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Конспект лекцій
для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності 051 “Економіка”
освітньо-професійної програми “Інформаційна економіка”
денної та заочної форм здобуття освіти

Рецензент *В. В. Храпкіна*
Відповідальний за випуск *О. О. Шапуров*
Коректор *В. О. Оглобліна*