

УД(ЧУКР)29я73

Б77

Ірина Бойчик



ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Ірина Бойчик

**Економіка
підприємства**

Підручник

Київ



2016

УДК.657.466
ББК 65.052.9 (4 УКР) X 76
Б 72

*Рекомендований до друку Вченою радою
Тернопільського національного економічного університету,
протокол № 3 від 25 листопада 2015 року*

Рецензенти:

Л.Г. Лінич, доктор економічних наук, професор, декан інституту економіки та менеджменту Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки;
М.В. Шарко, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки і підприємництва Херсонського національного технічного університету;
Н.Б. Кирич, доктор економічних наук, завідувач кафедри менеджменту у виробничій сфері Тернопільського національного технічного університету.

Б 72 Бойчик І. М. Економіка підприємства : підручник. / І. М. Бойчик. – К.: Кондор-Видавництво, 2016.– 378 с.

ISBN 978-617-7278-89-3

У підручнику розкриті питання механізму створення, функціонування та ліквідації підприємств. Ґрунтовно висвітлені засади та організаційно-правові форми існування бізнесу в Україні, нормативно-правове забезпечення підприємницької діяльності, охарактеризовані види підприємств та форми їх об'єднання.

Значна увага приділена питанням управління підприємством, планування його діяльності, формування та ефективного використання усіх видів ресурсів, техніко-технологічної бази підприємства та організації виробництва.

Знайшли відображення проблеми інвестиційного забезпечення підприємництва та оцінки економічної ефективності інвестицій, інноваційної діяльності, оплати праці, витрат на виробництво та ціноутворення, оцінки фінансово-економічних результатів діяльності підприємства, розвитку сучасних форм бізнесу та забезпечення економічної безпеки підприємства.

Підручник відповідає структурі та змісту програми курсу «Економіка підприємства» та призначений для студентів вищих навчальних закладів III-IV рівнів акредитації усіх форм навчання і напрямів підготовки, а також для викладачів, аспірантів, менеджерів, підприємців.

УДК.657.466
ББК 65.052.9 (4 УКР) X 76

ISBN 978-617-7278-89-3

© Бойчик І.М., 2016
© Кондор-Видавництво, 2016

ЗМІСТ

<i>Передмова</i>	7
Тема 1. Предмет і зміст курсу	9
1. Поняття, предмет і об'єкт вивчення курсу «Економіка підприємства», його значення для підготовки економістів	9
2. Джерела і завдання курсу	11
3. Зв'язок «Економіки підприємства» з іншими дисциплінами	11
4. Методологія вивчення курсу	13
5. Суспільний поділ праці та формування галузей Галузева структура, показники, що її характеризують	14
6. Міжгалузевий баланс, мета його розробки і структура	17
Тема 2. Теорії підприємств і основи підприємництва	22
1. Поняття підприємства, його мета, функції та основні ознаки	22
2. Теорії (концепції) підприємства	27
3. Підприємницька діяльність, її принципи, форми і типи	30
4. Законодавче забезпечення підприємництва в Україні	34
5. Підприємницькі договори, їх структура і порядок укладання	38
6. Міжнародний бізнес, його суб'єкти, типи і види	42
Тема 3. Види підприємств, їх організаційно-правові форми	47
1. Правові основи функціонування підприємств в Україні	47
2. Порядок створення та реєстрації підприємств	51
3. Класифікація підприємств	54
4. Форми об'єднання підприємств, їх утворення, мета і функції	60
Тема 4. Зовнішнє середовище господарювання підприємства	65
1. Середовище функціонування підприємства, його структура	65
2. Внутрішнє середовище підприємства	67
3. Макросередовище господарювання підприємств	69
4. Мікросередовище підприємства, його елементи	73
5. Аналіз зовнішнього середовища підприємства	76
Тема 5. Структура та управління підприємством	83
1. Виробнича структура підприємства, її види і характеристика	83
2. Управління підприємством: поняття, завдання і принципи	86
3. Функції, інструменти та риси сучасного управління	89
4. Методи управління	91
5. Організаційні структури управління підприємством	93
6. Напрями вдосконалення управління підприємством	96

Тема 6. Ринок і продукція.....	100
1. Ринок: поняття, умови формування і функції	100
2. Структура і види ринків.....	103
3. Типи ринкової структури.....	107
4. Ринкова інфраструктура, її складові елементи	110
Тема 7. Планування діяльності підприємства.....	115
1. Планування як функція управління, його принципи і методи	115
2. Система планів підприємства, їх взаємозв'язок та порядок розробки..	118
3. Стратегічне планування на підприємстві	121
4. Бізнес-планування, його характеристика.....	123
5. Виробнича програма підприємства, її розроблення та обґрунтування .	125
Тема 8. Персонал підприємства, продуктивність і оплата праці.....	133
1. Персонал підприємства, його склад.....	133
2. Структура персоналу підприємства, чинники, що впливають на неї ..	136
3. Розрахунок чисельності працюючих на підприємстві	137
4. Управління персоналом підприємства	140
5. Продуктивність праці, показники і методи її вимірювання	143
6. Планування росту продуктивності праці.....	145
7. Організація і нормування праці на підприємстві	148
8. Мотивація як процес стимулювання працівників, її моделі і методи....	151
9. Поняття, види і шляхи росту заробітної плати.....	153
10. Тарифна система, її елементи.....	155
11. Форми і системи оплати праці.....	157
12. Формування фонду оплати праці на підприємстві	161
Тема 9. Капітал підприємства	165
1. Сутність та види капіталу підприємства	165
2. Поняття, класифікація і структура основних фондів підприємства	168
3. Облік і оцінка основних фондів	172
4. Види та показники зношування основних фондів. Ремонт основних фондів, види ремонту	174
5. Амортизація основних фондів.....	177
6. Напрямки відтворення основних фондів	181
7. Показники ефективності відтворення і використання основних фондів	182
8. Поняття, матеріальний склад і структура оборотних фондів підприємства.....	184
9. Показники використання та нормування витрат матеріальних ресурсів	186
10. Оборотні кошти підприємства: поняття, класифікація і структура	
11. Розрахунок нормативів оборотних коштів	189

12. Показники ефективності використання оборотних коштів підприємства	191
13. Шляхи покращення використання оборотних коштів підприємства	193
14. Поняття і види нематеріальних ресурсів підприємства, їх характеристика	195
15. Нематеріальні активи підприємства, їх оцінка та зношування	197
Тема 10. Інвестиції.....	207
1. Інвестиції: поняття, види і роль у відтворенні виробничого потенціалу підприємства.....	207
2. Виробничі інвестиції, їх склад і структура	209
3. Планування виробничих інвестицій.....	211
4. Оцінка економічної ефективності виробничих інвестицій.....	214
5. Фінансові інвестиції. Види цінних паперів, їх характеристика.....	218
6. Чинники впливу на ефективність інвестицій	221
Тема 11. Інноваційна діяльність	225
1. Інноваційні процеси: поняття, види і характеристика	225
2. Основи методики визначення економічної ефективності технічних нововведень	228
3. Оцінка сукупного економічного ефекту від технічних нововведень ...	229
4. Розрахунок комерційного ефекту у виробників технічних новинок....	231
5. Організаційний прогрес: суть, об'єкти, напрямки і тенденції.....	232
Тема 12. Техніко-технологічна база і виробнича потужність підприємства.....	237
1. Виробничі процеси та принципи їх організації.....	237
2. Класифікація виробничих процесів	238
3. Виробнича потужність підприємства, чинники, що впливають на неї ...	240
4. Методи визначення виробничої потужності на підприємствах	242
Тема 13. Організація виробництва і забезпечення якості продукції.....	247
1. Організаційні типи виробництва, їх характеристика	247
2. Поняття і класифікація методів організації виробничого процесу	249
3. Поняття виробничого циклу, його структура	252
4. Поняття якості продукції, необхідність та значення її підвищення	254
5. Показники і методи оцінки якості продукції.....	256
6. Управління якістю продукції.....	259
7. Стандартизація і сертифікація продукції.....	261
8. Конкурентоспроможність продукції, чинники її забезпечення і методика оцінки	266
9. Економічна ефективність і шляхи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції	268

Тема 14. Витрати на виробництво та реалізацію продукції	272
1. Поняття і класифікація витрат	272
2. Собівартість продукції, її види і показники	275
3. Формування кошторису витрат на виробництво	279
4. Калькулювання витрат на виробництво та реалізацію продукції	281
5. Джерела, чинники і шляхи зниження собівартості продукції	284
6. Планування зниження собівартості продукції	285
7. Економічний зміст, функції і види цін	288
8. Формування гуртових і роздрібних цін на продукцію	292
9. Методи ціноутворення	293
Тема 15. Фінансово-економічні результати діяльності підприємства... 298	
1. Дохід і прибуток підприємства, схеми їх формування та розподілу ...	298
2. Прибутковість діяльності підприємств, показники, що її характеризують	301
3. Суть та оцінка загального фінансово-економічного стану підприємства	303
4. Ефективність виробництва: суть, види і показники	306
5. Показники, резерви і чинники підвищення ефективності виробництва ...	309
Тема 16. Розвиток підприємства: сучасні моделі, трансформація та реструктуризація	313
1. Бізнес-процеси підприємства: сутність, структура і характеристика ..	313
2. Моделювання бізнес-процесів підприємства	317
3. Реінжиніринг в системі підвищення конкурентоспроможності підприємства	318
4. Бенчмаркінг як інструмент поліпшення практики ведення бізнесу	321
5. Система виживання підприємства в ринкових умовах	325
6. Реструктуризація підприємства: види, форми і механізм здійснення .	328
Тема 17. Економічна безпека та антикризова діяльність	336
1. Економічна безпека підприємства: сутність, мета, елементи і схема організації	336
2. Напрямки організації економічної безпеки підприємства за функціональними складовими	338
3. Оцінка рівня економічної безпеки підприємства	342
4. Служба безпеки підприємства. Управління безпекою	345
5. Управління ризиками господарської діяльності	348
6. Суть, мета і види санації підприємства	351
7. Причини і симптоми банкруства підприємства	355
8. Процедура порушення справи про банкруство	358
9. Процес ліквідації збанкрутих підприємств	360
Словник важливих термінів та понять	366

ПЕРЕДМОВА

І знову Україна в центрі уваги усього світу. Вже вкотре після Чорнобиля, Помаранчевої революції, Революції Гідності і в стані фактичної війни, до нас прикуті погляди світової спільноти.

Можливо часто постає питання: як може держава з таким потужним потенціалом, працьовитим народом і багатими надрами, благодатними землями і чудовою природою не використовувати усе це для забезпечення гідного життя своїх громадян. Відповіді, мабуть, слід шукати в історії, далекій і новітній, нашій ментальності, світосприйнятті тощо. Але не про це зараз мова і не моя мета – шукати її на сторінках цього видання.

Я про інше. Я, власне, про Україну. Маю тверде переконання: Україна – це ми. Гідне життя в Україні починається із кожного з нас. Попри «високі слова», вони мають, на мою думку, дуже просте і «приземлене» значення. Від того, як ми відаємось своїй справі, як працюємо, створюємо блага, продукуємо ідеї, пишемо сторінки нашої культури і мистецтва, вчимо і вчимося залежить наше життя, наша Україна. Ніхто за нас не зробить її квітучою, а нас – щасливими. Наша байдужість, пасивність, жадібність, безвідповідальність, нехтування елементарними нормами людського співжиття – це ті вади, які заважають нам просуватись до гідного життя.

До того ж нам потрібна сильна економіка. Вона створюється розумом і руками небайдужих, талановитих і професійно підготовлених людей. У цьому питанні ключова роль належить системі освіти у нашій державі. Можливо вона далека від такої, якою ми хотіли б її бачити, але наше призначення – здійснювати підготовку національних економічних кадрів, готових приймати виклики сьогодення, вміти впливати на економічні процеси на основі знання і розуміння економічних законів, правильно оцінювати тенденції розвитку вітчизняної та світової економіки, інтегруватись у світову економічну спільноту.

Велика економіка робиться «руками» кожного конкретного суб'єкта господарювання – підприємства, підприємця, кожного працівника. Ось чому в процесі підготовки економістів важлива роль належить курсу «Економіка підприємства».

Мета цього підручника – викласти основи механізму функціонування підприємства в сучасних вітчизняних умовах. Підручник, насамперед, призначений для студентської молоді, яка лише починає свій шлях до розуміння економічних процесів та здобуття практичних навичок у вирішенні економічних проблем і досягненні цілей.

Основними завданнями підручника, виходячи із цілей формування професійних якостей молодих економістів, 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.

Зміст підручника в логічній послідовності відображає структуру курсу. Кожна тема містить перелік питань для теоретичної підготовки, виділені ключові терміни і поняття, виклад змісту теоретичних питань, питання для самоконтролю та перелік використаної автором та рекомендованої для ознайомлення і опрацювання літератури.

У кінці підручника наведений словник важливіших термінів і понять, який допоможе читачам швидко зорієнтуватись в основних визначеннях і тлумаченнях, викладених у тексті кожної теми.

Підручник «Економіка підприємства» є етапом «еволюції» навчального посібника «Економіка підприємства» мого авторства, який витримав кілька перевидань і широко відомий в освітньому середовищі України. Сподіваюсь, підручник стане у нагоді і викличе цікавість з боку не лише студентів, а й викладачів, аспірантів, слухачів програм перепідготовки кадрів для сфери бізнесу та інших осіб.

Висловлюю щиро подяку завідувачу нашої кафедри, професору Валерію Гринчуцькому, моему багаторічному колезі по кафедрі Олександрю Вашиківу, з яким завжди раджусь з професійних питань, Ользі Собко, моїй колишній студентці, а нині – колезі по кафедрі і докторанту нашого університету, моїм синам – Віталію і Тарасу Бойчикам за слушні поради, побажання, критичні зауваження, допомогу у вирішенні організаційних питань, художнє оформлення та підготовку книги до видання.

Ірина Бойчик

ТЕМА 1. ПРЕДМЕТ І ЗМІСТ КУРСУ

Питання для теоретичної підготовки

1. Поняття, предмет і об'єкт вивчення курсу «Економіка підприємства», його значення для підготовки економістів.
2. Джерела і завдання курсу.
3. Зв'язок «Економіки підприємства» з іншими дисциплінами.
4. Методологія вивчення курсу.
5. Суспільний поділ праці та формування галузей. Галузева структура, показники, що її характеризують.
6. Міжгалузевий баланс, мета його розробки і структури.

Ключові терміни і поняття

економіка, політекономія, макроекономіка, мікроекономіка, економіка підприємства, предмет дисципліни, об'єкт вивчення курсу, метод, методологія, методика, суспільний поділ праці, галузь, галузева структура промисловості, міжгалузевий баланс

Економіка є мистецтвом задовольняти безмежні потреби за допомогою обмежених ресурсів.

Лоуренс Пітер

1. Поняття, предмет і об'єкт вивчення курсу «Економіка підприємства», його значення для підготовки економістів

Розвинене суспільство має певну сформовану структуру та суспільні відносини. Економічну сферу суспільних відносин називають економікою. Нею охоплені всі сторони життя людини, безпосередньо пов'язані із задоволенням її фізіологічних, соціальних і духовних потреб.

Економіка як частина суспільного життя в тому чи іншому вигляді мала місце у ньому завжди, пройшовши шлях трансформації від виключно натурального господарства до сучасних економічних відносин.

В класичному розумінні *економіка* – це наука про те, як суспільство використовує певні обмежені ресурси для виробництва та розподілу корисних продуктів. Економіка – це сукупність законів, правил і засобів ведення господарства. Вона є фундаментом, на якому базуються всі компоненти системи життєзабезпечення людей. В цьому значенні економіка є об'єктом вивчення *політекономії*.

Економіку також можна розглядати як господарство окремого регіону, країни в цілому. В цьому випадку вона є об'єктом дослідження *територіального розміщення продуктивних сил*.

Однак, для конкретної людини важливими є предмети повсякденного споживання і тривалого використання, продукти харчування тощо, необхідні для її життєзабезпечення; для підприємств, фірм, організацій та установ –

засоби праці, виробничі ресурси та ін., які створюються на підприємствах промисловості, сільського господарства, зв'язку, будівництва і т.д.

Тому «центр ваги» суспільної економічної діяльності зміщується до основної ланки економіки – підприємства. Саме на його рівні створюється необхідна суспільству продукція, надаються послуги, виконуються певні роботи. Знання економіки підприємства – необхідна умова розуміння суспільних соціально-економічних процесів та вирішення нагальних господарських завдань.

Для нас цікавим є саме це трактування терміну «економіка», тобто *економіка окремо взятого підприємства*.

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

На підприємстві вирішуються питання раціонального витрачання ресурсів, продуктивного використання техніки, новітніх технологій, працюють над мінімізацією витрат на виробництво і збут продукції, залучаються інвестиційні ресурси, розробляються бізнес-плани, використовуються сучасні прийоми маркетингу, забезпечується ефективне управління.

Предметом вивчення економіки підприємства є методи і способи раціонального поєднання та ефективного використання всіх елементів виробничого процесу на рівні підприємства. При цьому економічні, організаційні й техніко-технологічні питання розглядаються у тісному взаємозв'язку.

Об'єктом вивчення курсу є підприємство як первинна ланка економічної системи; при цьому розглядаються господарюючі суб'єкти реального сектору економіки незалежно від виду діяльності, форм власності та розмірів.

Підвищена увага – великим виробничим підприємствам, оскільки економічний механізм їх функціонування є найбільш складним. Осягнувши його, можна зрозуміти сутність економічних процесів, які відбуваються на будь-якому підприємстві.

Ускладнення технологічних процесів та розширення асортименту продукції, способів організації виробництва, механізмів господарських зв'язків та взаємовідносин спричиняють ускладнення процесів управління економікою. В умовах ринку виживають лише ті підприємства, які найбільш грамотно і компетентно врахують його вимоги і пріоритети, створюють і організують виробництво продукції, яка користується попитом, забезпечують високі доходи своїм працівникам. Це тягне за собою посилення вимог до кваліфікації економічних кадрів, масштабів і глибини їх знань.

В контексті підготовки фахівців-економістів *важливе значення має дисципліна «Економіка підприємства»*. Підприємство, функціонуючи на ринку, вступає в економічні стосунки з фінансовими установами, бюджетними,

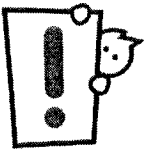
фіскальними органами, місцевими органами виконавчої влади, місцевого самоврядування тощо. Працівники цих ринкових суб'єктів повинні бути компетентними у питаннях механізму функціонування підприємств, перебігу їх основних процесів. Крім того, в сучасних умовах, особливо у сфері малого бізнесу, часто постає проблема поєднання «в одній особі» функцій економіста, бухгалтера, фінансиста, маркетолога, менеджера та ін. Тому без вивчення цього курсу неможлива якісна підготовка фахівців-економістів будь-якої економічної служби підприємства, фірми, організації, установи, формування масштабного підприємницького бачення при організації власного бізнесу.

2. Джерела і завдання курсу

Джерела вивчення будь-якої дисципліни є основою для проведення різного роду аналізу, формулювання висновків та закономірностей, розробки відповідних методик розрахунків тощо.

Джерелами вивчення курсу «Економіка підприємства» є:

- Конституція України, закони України, постанови Верховної Ради України, укази Президента України, постанови, розпорядження і накази Кабінету Міністрів України;
- нормативні акти, галузеві інструкції, положення, розпорядження, які регулюють діяльність і розвиток окремих галузей та виробництв;
- офіційні статистичні дані, які оприлюднюються в публічних виданнях (інформаційних бюлетенях, довідниках, щорічниках) та відображають стан і динаміку економічного розвитку окремих суб'єктів господарювання, галузей, регіонів, економіки країни в цілому;
- матеріали звітності окремих підприємств;
- спеціальна наукова література: монографії, підручники, навчальні посібники вітчизняних та зарубіжних авторів; наукові статті в періодичних виданнях;
- Інтернет - ресурси тощо.



Завдання курсу полягає в тому, щоб максимально врахувати особливості формування і розвитку підприємств у різних сферах діяльності та галузях, а також визначити всі умови і чинники найбільш ефективного використання їх наявних ресурсів і тих, які будуть залучені в господарський оборот у майбутньому.

3. Зв'язок «Економіки підприємства» з іншими дисциплінами

Економіка підприємства як наука вивчає економічні відносини, які є предметом розгляду цілої низки економічних наук, насамперед *політекономії*. Остання вивчає закони, які регулюють виробництво, розподіл, обмін та споживання матеріальних благ на різних ступенях розвитку суспільства.

Безпосереднє відношення економіка підприємства має до макро- і мікроекономіки. *Макроекономіка* розглядає економіку як єдине ціле і досліджує процеси формування сукупного попиту і пропозиції, національного доходу і валового національного продукту, аналізує вплив бюджетної політики уряду і грошової політики Національного банку на економічний ріст, інфляцію, рівень безробіття, досліджує регулювання макроекономічних процесів на рівні держави. Макроекономічні дослідження охоплюють аналіз таких показників, як загальний обсяг продукції, загальний рівень зайнятості, загальний рівень доходів і витрат, загальний рівень цін тощо. Усі перелічені процеси і показники, безперечно, впливають на діяльність конкретних підприємств.

Мікроекономіка досліджує поведінку окремих елементів та структур на ринку, а також вибори, які здійснюють економічні одиниці (окремі індивіди, домогосподарства, підприємства, фірми) в процесі виробництва, розподілу і споживання матеріальних благ. Вона вивчає закономірності формування обсягів виробництва окремих товарів, цін на них, вплив податків на рівень заощаджень населення та ін. на основі дії об'єктивних економічних законів – попиту і пропозиції, спадної доходності тощо. Економіка підприємства не може не враховувати впливу цих законів та закономірностей на діяльність суб'єктів господарювання.

Але загальні економічні закони по різному проявляють себе в окремих галузях виробництва: промисловості, сільському господарстві, будівництві і т.д. Це спричиняє специфічні закономірності їх розвитку, породжені галузевими відмінностями соціально-економічного і матеріально-технічного характеру. *Наприклад*, закон суспільного поділу праці. В промисловості він реалізується так, що призводить до відокремлення окремих підприємств чи їх сукупності, які спеціалізуються на виготовленні окремого продукту або навіть його частин. Таке «розщеплення виробництва» – економічна закономірність промисловості. Проте воно не є характерним для сільськогосподарського виробництва: сільськогосподарські підприємства, здебільшого, мало спеціалізовані. Іншими специфічними закономірностями промислового виробництва є розміщення, ціноутворення, формування виробничих фондів, організація оплати праці тощо. *Наприклад*, у сільському господарстві оплата праці частково здійснюється в натуральному виразі. Такі закономірності повинні досліджуватись з метою цілеспрямованого їх використання в практиці управління підприємствами.

Економіка підприємства пов'язана з *функціональними економічними науками*, об'єктом вивчення яких є певні функції держави з управління економікою – прогнозування, державне регулювання, фінансування, кредитування, розміщення тощо. Економіка підприємства вивчає, яким чином реалізація цих функцій на рівні підприємств впливає на їх економічне становище і перспективи розвитку.

З економікою підприємства безпосередньо пов'язана *економічна статистика*, яка вивчає кількісну сторону масових економічних процесів і явищ. Економіка підприємства широко використовує статистичну інформацію, проте для прийняття обґрунтованих господарських рішень важливою є

достовірність статистичної інформації, яка б відображала реальний стан речей в економіці як держави в цілому, так і окремих регіонів, підприємств.

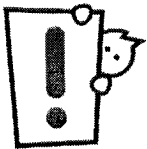
При дослідженні питань формування та розподілу прибутку підприємств, джерел утворення та використання його оборотних коштів, оподаткування та ін. економіка підприємства використовує положення такої дисципліни, як *фінанси*.

Економіка підприємства пов'язана із такою дисципліною, як *розміщення продуктивних сил*, яка вивчає проблеми територіального розміщення підприємств різних галузей та видів діяльності, забезпечення їх необхідними факторами виробництва, в тому числі перспективними.

Економіка підприємства враховує набуті знання і досвід, «акумулявані» *історико-економічними дисциплінами*: економічною історією України, історією економіки та економічної думки, історією економічних вчень та ін., в яких значне місце відводиться дослідженню історії розвитку економічних процесів у суспільстві, виникненню та розвитку різних видів зайнятості в Україні та ін. Інформація про минуле необхідна для пошуку відповідей щодо закономірностей економічного розвитку в майбутньому.

4. Методологія вивчення курсу

Предмет будь-якої дисципліни досліджується за допомогою певних методів.



Метод – це спосіб, своєрідний інструмент пізнання об'єктивної дійсності. При вивченні дисципліни використовується система взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих методів, сукупність яких виражає їх органічну єдність і називається методологією.

Основними засадами вивчення курсу є:

- розгляд всіх економічних процесів в динаміці; економіка наука динамічна; зміна законодавчої бази, внутрішніх і зовнішніх чинників економічного розвитку держави прямо відбиваються на діяльності підприємств, системі показників оцінки їх роботи;
- використання наукового прогнозування при визначенні перспектив розвитку виробництва; без нього неможливо «побачити» перспективу економіки, визначитись з пріоритетами розвитку, накреслити напрямки вкладення капіталів, іноземного інвестування та ін.

Конкретними методами пізнання економічних процесів, які найчастіше використовуються при вивченні «Економіки підприємства», є:

- *метод економічного аналізу* (кількісного і якісного), суть якого полягає у розчленуванні економічних процесів на складові, виділенні серед них головних, їх якісній та кількісній оцінці та встановленні причини зміни кожного елемента; на завершення – узагальненні (синтезі) основних чинників, які визначають процес в цілому;

- *метод групувань* – використовується для врахування особливостей окремих галузей, підприємств, процесів, об'єктів тощо; в якості однорідних ознак, за якими здійснюється процес групувань, можуть, для прикладу, прийматись: вид діяльності, форма власності, розміри підприємств; зв'язок витрат з обсягом виробництва; вікова структура персоналу; функціональне призначення основних фондів та ін.;
- *нормативний метод* – передбачає використання в господарській практиці певних норм і нормативів, тобто науково обґрунтованих величин, які характеризують міру використання ресурсів виробництва (трудових, фінансових, матеріальних) і формують базу для прийняття економічно обґрунтованих господарських рішень;
- *економіко-математичні методи* – використання математичних залежностей при прогнозуванні тих чи інших економічних процесів; супроводжуються залученням сучасної обчислювальної техніки і програмного забезпечення.

Також до конкретних методів також належать балансовий, індексний, середніх величин, економічних експериментів та ряд інших.

Складовою частиною методології пізнання є *методика* – *сукупність часткових правил розрахунку певних економічних показників (використання конкретних формул)*. Методика є засобом практичного використання теоретичних положень економічної науки.

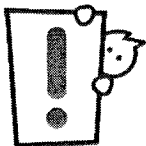
Співвідношення між методом і методикою приблизно таке, як між головним і допоміжним інструментом пізнання: вміння робити конкретні економічні розрахунки не може замінити вміння абстрактно і логічно мислити, але, не володіючи методикою розрахунків економічних показників, неможливо практично виконувати економічні функції.

*Дурень! Вважає себе великим дільцем, тому що малі справи вирішує великими грошима. Переверніть фразу, і ось вам завдання, рішення якого знаходить розумна людина.
Оноре де Бальзак*

5. Суспільний поділ праці та формування галузей.

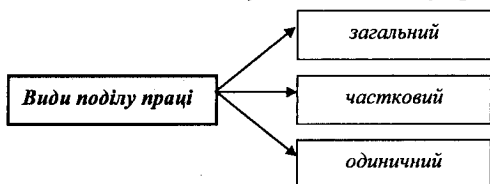
Галузева структура, показники, що її характеризують

Поділ праці означає її диференціацію. При цьому трудова діяльність є спеціалізованою, що спричиняє утворення нових виробництв та галузей.



Суспільний поділ праці – це відокремлення різних видів трудової діяльності на рівні світового господарства, економіки окремих держав, регіонів, підприємств, який призводить до зростання продуктивності суспільної праці.

Основними видами суспільного поділу праці є:



Наслідком *загального поділу праці* є виділення окремих галузей народного господарства: промисловості, сільського господарства, транспорту, будівництва, зв'язку та ін. *Частковий поділ праці* спричинив виокремлення певних галузей всередині промисловості, сільського господарства тощо (наприклад, машинобудування, металургія, хімічна, легка промисловість; тваринництво, рослинництво та ін.) *Одиничний поділ праці* є характерним для окремих підприємств.

Структуру промислового виробництва в державі визначає частковий поділ праці. В Україні промисловість є основною ланкою народного господарства, яка забезпечує переробку сировинних ресурсів та випуск готових виробів. У промисловості України створюється більше чверті усього ВВП. Провідна роль промисловості пояснюється її значенням у впровадженні в життя досягнень науково-технічного прогресу, у визначенні економічного потенціалу держави.

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

Сукупність підприємств є галуззю, якщо мають місце такі ознаки:

- значні масштаби виробництва однорідної або спорідненої продукції;
- наявність значної кількості підприємств-виробників цієї продукції;
- однорідність споживаної підприємствами сировини;
- специфічні технологічні процеси та організація виробництва;
- особливий склад спеціально підготовлених кадрів

У практиці управління використовують поняття господарської, чистої та комплексної галузей.

Господарська галузь – це сукупність підприємств, установ з єдиним органом управління.

Чиста галузь – це сукупність підприємств, які випускають однакову продукцію, але знаходяться в підпорядкуванні різних відомств.

Комплексна галузь – це ряд галузей, які об'єднані окремими спільними ознаками, наприклад, енергетика забезпечує народне господарство та населення

енергоресурсами (спільна ознака), хоча джерела їх одержання можуть бути різними (теплові станції, атомні, використання сонячної енергії та ін.).

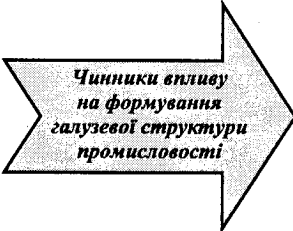
При формуванні та розвитку окремих галузей, оптимізації їх розмірів визначальне значення має попит на продукцію. При віднесенні підприємств до тієї чи іншої галузі, насамперед, враховується економічне призначення продукції. За цією ознакою галузі промисловості поділяються на галузі *групи А* (виробництво засобів виробництва – машин, устаткування, приладів тощо) та галузі *групи Б* (виробництво предметів споживання – легкових автомобілів, телевізорів, холодильників, пральних машин, товарів повсякденного вжитку та ін.).

За характером впливу на предмети праці галузі промисловості поділяються на добувні та обробні; за структурою затрат – на трудомісткі, матеріаломісткі, фондомісткі, енерго- і паливомісткі; за часом роботи протягом року – на сезонні і несезонні. Класифікація галузей цими ознаками не обмежується.

Галузева структура промисловості – це склад і кількісне співвідношення між окремими галузями та певні виробничі взаємозв'язки, які виникають між ними

Дослідження галузевої структури необхідне для складання пропорцій виробництва певних видів продукції для задоволення ринкового попиту у них, ефективного управління державними підприємствами, якісного складання міжгалузевого балансу.

Галузева структура вважається прогресивною і такою, що відповідає сучасним вимогам, якщо дотримується правило: співвідношення між окремими галузями має бути таким, при якому ринкові потреби у певних видах продукції та послугах задовольняються з найменшими затратами суспільної праці і в найкоротші строки. *Наприклад*, ріст масштабів, ускладнення товарообмінних операцій та необхідність скорочення часу на транспортування продукції в умовах ринку «викликав до життя» окрему сферу трудової діяльності – логістику.



Чинники впливу на формування галузевої структури промисловості

- рівень впровадження досягнень науково-технічного прогресу;
- рівень спеціалізації і кооперування на виробництві;
- розвиток механізації і автоматизації виробництва;
- ріст матеріального добробуту і культурного рівня населення.
- суспільно-історичні умови та геополітичне становище держави;
- наявність природних ресурсів та корисних копалин;
- кліматичні умови держави;
- розвиток транспорту.

Галузеву структуру промисловості можна охарактеризувати за *статичними* (наприклад, у певному календарному році) та *динамічними* показниками.

Показники, які характеризують галузеву структуру промисловості станом на конкретний момент часу

- питома вага **випуску продукції** окремими галузями в загальному обсязі випуску продукції промисловості;
- частка **вартості основних фондів** галузі в сукупній вартості основних фондів промисловості;
- питома вага **чисельності зайнятих** в галузі у загальній чисельності працюючих в промисловості та ін.

Для аналізу динаміки галузевої структури використовують показники:

- 1) **темпи росту обсягу виробництва окремої галузі** ($T_{гал}$) визначають:

$$T_{гал} = \frac{Q_{пл}}{Q_{б}} \times 100, \%$$

де $Q_{пл}$, $Q_{б}$ – обсяг випуску продукції галуззю відповідно у плановому і базовому періодах, грошових або натуральних одиниць;

- 2) **галузеві коефіцієнти випередження** ($K_{гал}$) характеризують зміни у галузевій структурі промисловості і визначаються:

$$K_{гал} = \frac{T_{гал}}{T_{пром}},$$

де $T_{пром}$ – темп росту обсягу виробництва в промисловості, %.

$T_{гал}$ і $T_{пром}$ – беруть за один і той самий період.

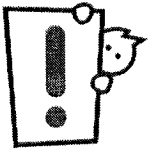
Частка галузі в сукупному обсязі промислового виробництва у базовому періоді ($D_{б}$) та відповідні галузеві коефіцієнти випередження слугують основою для розрахунку питомої ваги галузі в загальному обсязі виробництва промислової продукції у плановому періоді ($D_{пл}$):

$$D_{пл} = D_{б} \times K_{гал}, \%$$

На основі таких часток можна проаналізувати галузеву структуру промисловості у плановому періоді.

6. Міжгалузевий баланс, мета його розробки і структура

Для забезпечення пропорційного розвитку народного господарства, усіх його галузей, формування оптимальної галузевої структури та міжгалузевих зв'язків використовується міжгалузевий баланс.



Міжгалузевий баланс – це модель, яка містить систему економічних показників і відображає конкретні пропорції виробництва і споживання кожного виду продукції.

Міжгалузевий баланс є невід’ємною складовою частиною системи національних рахунків і тією ланкою, яка поєднує вартісні показники по видах економічної діяльності з макроекономічними: валовим внутрішнім продуктом, інфляцією, обсягами експорту, імпорту, зайнятістю населення тощо.

Мета складання міжгалузевого балансу – аналіз взаємозв’язків між галузями економіки та виявлення макроекономічних диспропорцій. При цьому виробникам не нав’язуються обов’язкові рішення щодо виробництва і розподілу продукції, а враховуються обґрунтовані і доцільні пропорції виробництва, визначаються місця спрямування та обсяги державної підтримки певних галузей і виробництв.

Міжгалузеві баланси класифікуються за рядом ознак:

1. За широтою охоплення економічних процесів (масштабом):

- *народногосподарські (національні)* – характеризують національну економіку та її пропорції в цілому;
- *регіональні* – відображають взаємозв’язки між окремими економічними районами та регіонами країни.

2. За вимірниками:

- *натуральні* – характеризують зв’язки, які формуються в процесі виробництва та споживання всієї номенклатури продукції, виробленої національною економікою у натуральних величинах;
- *вартісні* – відображають зв’язки щодо виробництва та розподілу створеного продукту на відтворення, нагромадження і споживання;
- *натурально-вартісні* – дають можливість в одній схемі відобразити міжгалузеві зв’язки і конкретизувати їх за найважливішими пропорціями й основними продуктами.

3. За характером відображення процесу виробництва:

- *статичні* – відображають стан національної економіки за певний період і базуються на попередніх обсягах і структурі кінцевого споживання та визначенні обсягів виробництва окремих галузей;
- *динамічні* – відображають процес відтворення у динаміці: попередньо визначається частина кінцевого продукту – невиробниче споживання, сальдо зовнішньої торгівлі, а далі на цій основі розраховуються обсяги виробництва, потреби та розподіл капіталовкладень за окремими галузями.

У звітних міжгалузевих балансах в Україні починаючи з 2000 року виділяються види економічної діяльності відповідно до Класифікатора видів економічної діяльності (КВЕД).

В Україні міжгалузеві баланси розробляються згідно з «Методичними рекомендаціями з прогнозування показників таблиць «витрати-випуск»

(міжгалузевого балансу)», затверджених наказом Міністерства економіки України 08.12.2005 року.

Цими рекомендаціями визначена структура міжгалузевого балансу. Він складається із **трьох квадрантів**. I квадрант – проміжне споживання; II квадрант – кінцеве використання; III квадрант – валова додана вартість.

I квадрант – це «шахова» таблиця, яка відбиває виробничі зв'язки між галузями економіки. У стовпцях і рядках цього квадранта записуються галузі економіки. У стовпцях I квадранта за кожною галуззю відбиваються витрати на виробництво продукції, виконання робіт і послуг, а в рядках – використання товарів і послуг на проміжне споживання галузей економіки.

У *II квадранті* рядки відбивають кінцеве використання товарів і послуг у кожній галузі економіки. Стовпці цього квадранта відображають категорії кінцевого використання: кінцеві споживчі витрати домашніх господарств, сектору загального державного управління, некомерційних організацій, які обслуговують домашні господарства; валове нагромадження основного капіталу, зміну запасів матеріальних оборотних коштів, чисте придбання цінностей; а також експорт товарів та послуг.

III квадрант характеризує вартісну структуру валового внутрішнього продукту (ВВП). Стовпці цього квадранта відповідають галузям економіки, а рядки – основним вартісним компонентам ВВП: оплата праці найманих працівників, валовий прибуток, змішаний дохід, податки за виключенням субсидій на виробництво та імпорт.

	Проміжне споживання	Кінцеве використання					Всього використано
	Види економічної діяльності	Кінцеві споживчі витрати	Валове нагромадження капіталу	Експорт	Імпорт		
Товари (послуги) в цінах споживачів, використані у виробництві	I квадрант	II квадрант					
- Оплата праці найманих працівників - Податки за виключенням субсидій на виробництво та імпорт - Валовий прибуток, змішаний дохід - Валовий внутрішній продукт (ВВП)	III квадрант						
Випуск всього							

Отже, у кожному стовпці міжгалузевого балансу відбивається вартісний склад валового випуску галузей економіки за елементами проміжного споживання (I квадрант) та доданої вартості (III квадрант). Сума валового випуску та імпорту дає вартісну оцінку наявних ресурсів товарів та послуг кожної галузі.

У рядках відбиваються напрямки використання ресурсів товарів і послуг, випущених галузями економіки та одержаних за імпортом, на проміжне споживання (I квадрант) і на кінцеве використання (II квадрант). Для кожної галузі економіки загальний обсяг наявних ресурсів дорівнює обсягу використаних ресурсів.

Міжгалузевий баланс складається для «чистих» галузей економіки, які виробляють однорідні товари та послуги.



Питання для самоконтролю

1. Як впливає чинник обмеженості ресурсів на ефективність функціонування підприємств?
2. Назвіть і коротко охарактеризуйте (розмір, вид діяльності, асортимент продукції, географія її збуту тощо) кілька реальних підприємств, які функціонують у різних сферах господарства у вашому регіоні.
3. Поясніть, яке значення має «Економіка підприємства» для вашої фахової підготовки.
4. Яка різниця між термінами «метод», «методологія» і «методика» вивчення дисципліни?
5. Наведіть приклади господарської, чистої і комплексної галузі.
6. Галузева структура економіки окремого регіону має бути такою, щоб забезпечити максимальну зайнятість його населення. Чи вірне це твердження? Чому?
7. Чи можна віднести до статичних показників галузевої структури показник частки відрахувань підприємствами галузі до державного бюджету? Поясніть.



Література

1. Балацький С.О. Економіка підприємства: навч. посіб. / С.О. Балацький, О.М.Дутченко, Г.М.Шамота та ін. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2014. – 154 с.
2. Бойчик І.М. Економіка підприємства: навч. посіб. – Вид. 2-ге, доп. і перер./ І.М. Бойчик. – К.: Атіка, 2006. – 528 с.
3. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. (ред. від 12.08.2015 р.). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
4. Гринчуцький В.І. Економіка підприємства: навч. посіб. для студентів вузів / В.І. Гринчуцький, Е.Т. Карапетян, Б.В. Погрішук – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 303 с.
5. Добровольська О.В. Класифікація факторів впливу на економічну стійкість підприємств / О.В. Добровольська // Інвестиції: практика та досвід. – 2007. – №8. – С.23-27.

6. Довгань Л.Є. Стратегічна стійкість у системі стратегічного управління підприємством / Л.Є. Довгань, Г.А. Мохонько // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 11. – С.115-122.
7. Дробишева О.О. / Дослідження ефективності діяльності промислового підприємства. О.О. Дробишева, А.О. Кандебей. – 2013. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_5_137.pdf
8. Економіка виробничого підприємництва: навч. посіб. / За ред. Й.М.Петрович. – 3-тє вид., випр. – К.: Знання, 2002. – 405 с.
9. Економіка підприємства: ділові ігри, ситуації та імітаційні задачі: навч.-метод. посіб. / За ред. Г.О.Швиданенко; Міністерство освіти і науки України, КНЕУ ім.Вадима Гетьмана. – К.: КНЕУ, 2006. – 120 с.
10. Економіка підприємства: підруч. / За ред. С.Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 2006. – 528 с.
11. Зорінець П.І. Економічна стійкість та фінансова безпека підприємства в умовах нестабільності ринку / П.І.Зорінець // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – № 9. – С.34-37.
12. Кларин М.В. Инновации в обучении: метафоры и модели: Анализ зарубежного опыта / М.В. Кларин. – М.: Наука, 1997. – 223 с.
13. Князева О.А. Економіка та організація виробництва підприємств радіозв'язку, радіомовлення та телебачення: навч. посіб. / ОА. Князева. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2010. – 84 с.
14. Куц Л.Л. Стратегічна стійкість підприємства: навч. посіб. / Л.Л. Куц. – Тернопіль: Інфотехцентр, 2011. – 180 с.
15. Кушнір Т.Б. Сучасні напрямки досліджень сутності стійкого розвитку підприємств / Т.Б. Кушнір, Ю.В. Сидоренко // Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка». – 2010. – № 1. – С.148-152.
16. Мацибора В.І. Економіка підприємства: навч. посіб. для вузів / В.І. Мацибора, В.К. Збарський, Т.В. Мацибора. – К.: Каравела, 2008. – 312 с.
17. Мітязєва Т.Л. Поняття галузі та передумови її формування. – 2013. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe?..
18. Момот Т.В. Економіка підприємства: навч. посіб. / Т.В. Момот, Т.Г. Соболева. – Харків: ХНАМГ, 2008. – 119 с.
19. Панасюк Н.Л. Основні підходи до формування економічних знань інженерів-педагогів. / Н.Л. Панасюк // Науковий журнал «Комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво». – Луцьк, 2013. – Вип. № 12. – С.184-188.
20. Парамонов А.О. Структура та механізм галузевих перетворень з позиції становлення оптимальної моделі сталого розвитку регіону. / А.О.Парамонов // Теорія і практика державного управління. – 2013. – Вип.4 (43). – С.1-5.
21. Примак Т.О. Економіка підприємства: навч. посіб. / Т.О.Примак. – 4-те вид. – К.: Вікар, 2006. – 219 с.
22. Про затвердження Методичних рекомендацій з прогнозування показників таблиць «витрати-випуск» (міжгалузевого балансу) Міністерство економіки та з питань Європейської інтеграції України (Мінекономіки). – Наказ № 483 від 08.12.2005 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua-info.biz/legal/basecht/ua-dmprbt/index.htm>
23. Понятие отрасли промышленности. – [Електронний ресурс]. – Режим доступа: www.ecsocman.edu.ru.
24. Понятие отрасли и закономерности ее формирования и функционирования. – [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://prepod2000.kulichki.net/fpk/R1-1.htm>
25. Таран-Лала О.М. Особливості дослідження питань з управління підприємствами на сучасному етапі розвитку економіки України. / О.М. Таран-Лала // Економіка і управління. – 2010. – № 5 – С.59-64.
26. Тоцький В.І. Організаційний розвиток підприємства / В.І.Тоцький, В.В.Лавриненко. – К.: КНЕУ, 2005. – 247 с.
27. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: підруч. – 2-ге вид., перер. і доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.

ТЕМА 2. ТЕОРІЇ ПІДПРИЄМСТВ І ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Питання для теоретичної підготовки

1. Поняття підприємства, його мета, функції та основні ознаки.
2. Теорії (концепції) підприємства.
3. Підприємницька діяльність, її принципи, форми і типи.
4. Законодавче забезпечення підприємництва в Україні.
5. Підприємницькі договори, їх структура і порядок укладання.
6. Міжнародний бізнес, його суб'єкти, типи і види.

Ключові терміни і поняття

підприємство, фірма, функції підприємства, ознаки підприємства, приватне підприємство, державне підприємство, комунальне підприємство, унітарне підприємство, корпоративне підприємство, акціонерне товариство, господарські товариства, засновницький договір, статут підприємства, колективний договір, асоціація, корпорація, концерн, консорціум, холдинг, промислово-фінансова група

*Гроші для людей розумних складають засіб, для дурнів – мету.
А. Декурсель*

1. Підприємство як суб'єкт ринкової економіки, його мета, функції та основні ознаки

Процес виробництва матеріальних благ, а також надання послуг, виконання робіт має бути певним чином організованим у просторі і часі. Така організація відбувається шляхом створення підприємств. Задовольняти ринкові потреби у продукції (роботах, послугах) можуть також суб'єкти підприємницької діяльності – фізичні особи.

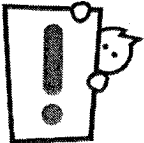
Підприємство є організаційно відокремленою, економічно самостійною одиницею виробничої сфери національної економіки, яка спеціалізується на виготовленні продукції, наданні послуг або виконанні робіт

Сутність підприємства як організаційної форми господарювання визначена Господарським Кодексом України (ст.62): підприємство – це 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, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому цим Кодексом та іншими законами.

На практиці часто використовують два схожих поняття – *підприємство* і *фірма*. Однак, поняття «*фірма*», як правило, означає загальну назву господарюючого суб'єкта виробничого, торговельного, побутового та іншого профілю. Також фірма може об'єднувати комерційні, виробничі, сервісні підрозділи, філіали, дочірні підприємства, які функціонують під однією назвою і є юридичними особами. Тобто, фірма може бути багатопрофільною організацією.

Підприємство не має у своєму складі інших юридичних осіб. На підприємстві здійснюється виробництво продукції, надання послуг шляхом безпосереднього зв'язку працівника із засобами виробництва.

До *виробничих підприємств* належать заводи, фабрики, шахти, комбінати, кар'єри, порти та інші господарські організації виробничого призначення. Також є підприємства *торговельного* або *торговельно-посередницького профілю* (магазини, гуртові, гуртові склади); *сфери надання послуг* (ремонтні майстерні, автосервіси, ательє, хімчистки, салони краси тощо).



Мета функціонування підприємства на ринку – задоволення суспільних потреб у певних видах продукції (роботах, послугах; далі «продукції») та одержання прибутку.

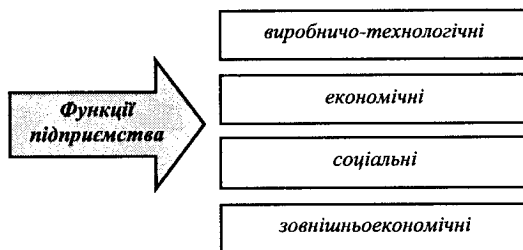
Підприємство повинно одержувати прибуток, але забезпечити досягнення такої цілі можна лише через виготовлення за допомогою наявних у нього ресурсів необхідної споживачам продукції відповідного призначення, профілю і асортименту. Цивілізовані ринкові відносини вимагають розумного поєднання обох цілей.

Важливішими *завданнями* підприємств є:

- одержання доходу власником підприємства (державою, приватною особою, акціонерами);
- забезпечення споживачів продукцією підприємства у відповідності до ринкового попиту та укладених договорів;
- забезпечення виплати заробітної плати персоналу підприємства, нормальних умов праці та можливостей професійного росту працівників;
- створення робочих місць для населення;
- створення та підтримка потенціалу для майбутнього розвитку, безперервності існування підприємства;
- охорона довкілля (землі, повітряного та водного басейнів);
- недопущення зриву поставок або випуску неякісної продукції, скорочення обсягів виробництва та зниження доходів підприємства.

Завдання підприємства визначаються інтересами власника, розміром задіяного капіталу, умовами внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування.

До основних функцій виробничого підприємства можна віднести:



Виробничо-технологічні функції підприємства пов'язані із пошуком постачальників, споживачів, матеріально-технічним забезпеченням виробництва, використанням засобів праці для виготовлення продукції, впровадженням нових технологій, раціоналізацією виробничих процесів, винахідництвом, підвищенням якості продукції.

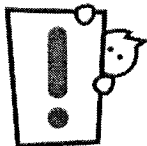
Економічні функції передбачають управління процесами виробництва і збуту товарів, укладання контрактів з постачальниками і споживачами, найом робочої сили, раціональна організація праці працівників, виплата заробітної плати, розподіл прибутків, сплата податків, зборів та інших платежів, розрахунок економічної ефективності діяльності, ціноутворення, залучення інвестицій.

Соціальні функції підприємства полягають у забезпеченні належних умов праці та відпочинку працівників, створенні сприятливого психологічного клімату у колективі, наданні допомоги та пільг працівникам, членам їх сімей та ін.

Зовнішньоекономічні функції пов'язані із виконанням підприємством функцій в системі міжнародного обміну товарів, спільному з іноземними партнерами виробництві, науково-технічному співробітництві тощо.

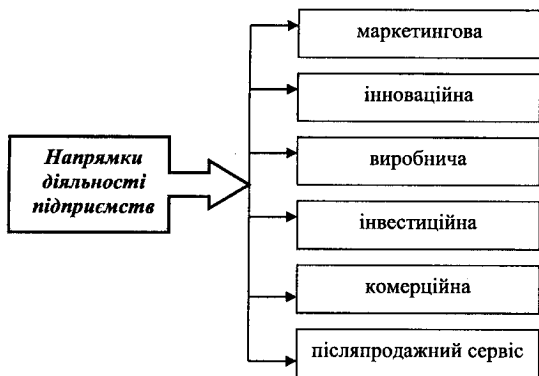
Крім основних, можуть бути виділені *допоміжні функції* підприємства, які зводяться до забезпечення документообігу, обліку, гарантування безпеки, статистичної звітності, дослідних функцій тощо.

Функції підприємства конкретизуються і уточнюються і залежності від розмірів підприємства, галузевої приналежності. форми власності, наявності соціальної інфраструктури, ступеня спеціалізації і кооперування.



Основні напрямки діяльності підприємств впливають з їх завдань та перегукуються з тими функціями, які вони виконують у системі ринкової економіки.

В умовах ринку визначальним напрямком діяльності кожного підприємства є *маркетингова діяльність*, сутність якої полягає у комплексному дослідженні ринку, рівня конкуренції на ньому, цін на продукцію, вимог покупців до продукції, методів і способів формування споживчого попиту, каналів розподілу товарів та ін.



Якщо ринок досліджений, то для задоволення потреб споживачів необхідно «вивести» на ринок конкурентоспроможну продукцію, а це пов'язано з розвитком *інноваційної діяльності* підприємства, яка охоплює науково-технічні розробки, запровадження технічних, організаційних та інших нововведень, технологічну та конструкторську підготовку виробництва.

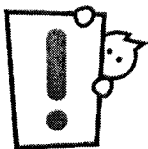
Виробнича діяльність підприємства безпосередньо пов'язана із виготовленням необхідної ринку продукції. Вона полягає у визначенні та обґрунтуванні номенклатури та асортименту продукції, обсягів її виготовлення, формування маркетингових програм для окремих ринків і кожного виду продукції, збалансування виробничої потужності та програми випуску продукції, забезпечення виробничого процесу необхідними матеріально-технічними ресурсами, формування оперативних планів та графіків виготовлення продукції тощо.

Інвестиційна діяльність підприємства полягає у здійсненні ним дій щодо реалізації інвестицій. Об'єктом інвестування можуть бути основні фонди, оборотні кошти, цінні папери, науково-технічні розробки, об'єкти інтелектуальної власності, майнові права та ін.

Результативність інноваційно-інвестиційної та виробничої діяльності підприємства може бути забезпечена лише добре налагодженою *комерційною діяльністю*. Її значення в умовах ринку зростає, оскільки від уміння продати вироблену продукцію залежать фінансові результати діяльності підприємства, тобто його прибутки. Комерційна діяльність безпосередньо пов'язана із організацією збуту продукції, пошуком та розвитком каналів просування товарів на ринок, стимулюванням покупців і т.д.

Важливим напрямком діяльності є *післяпродажний сервіс* виготовленої продукції. Такого сервісу потребують машин, обладнання, автомобілі, оргтехніка, побутова техніка, медичне устаткування тощо. Післяпродажний сервіс включає роботи: підготовку до експлуатації техніки, її гарантійне технічне обслуговування протягом певного терміну, забезпечення необхідними запчастинами, проведення ремонтів під час встановленого строку служби та ін.

Можна виділити напрямок діяльності підприємства, який охоплює багато інших конкретних видів, – **економічну діяльність**. Вона включає планування (поточне і стратегічне), облік, звітність, ціноутворення, оплату праці, фінансову діяльність, ресурсне забезпечення виробництва тощо. *Цей напрямок є інтегруючим*, оскільки дозволяє оцінювати та регулювати всі елементи господарської системи підприємства.



Соціальна діяльність підприємства істотно впливає на ефективність усіх інших напрямків його діяльності. Це пов'язано із необхідністю забезпечення дієвої системи мотивації працівників, належного рівня їх професійної підготовки, підвищення кваліфікації та ін.

Ефективне управління персоналом на підприємстві є пріоритетним напрямком його діяльності за умов соціально орієнтованої економіки.

Підприємство як основна організаційна та виробнича ланка народного господарства характеризується певними ознаками. Серед них:

1) виробничо-технічна єдність:

- спеціалізація на виготовленні певного виду продукції, наявність закінченого циклу її виготовлення, тобто продукція в умовах поділу праці набуває форми товару;
- володіння певним складом виробничих фондів;
- розробка єдиної технічної політики;
- спільність допоміжного і обслуговуючого господарства;

2) організаційно-соціальна єдність:

- наявність єдиного трудового колективу з його специфічними інтересами;
- управління підприємством одним керівником та адміністрацією;
- наділення підприємства реквізитами і правами юридичної особи (самостійний баланс, розрахунковий та інші рахунки в банку, печатка, штамп з назвою підприємства, ідентифікаційний код, юридична адреса, фірмовий бланк, товарний знак);

3) фінансово-економічна самостійність:

- вільний вибір виду діяльності;
- можливість самостійного формування програми діяльності, вибору постачальників матеріально-технічних та інших ресурсів і споживачів продукції, що виробляється, встановлення цін на продукцію або послуги відповідно до закону;
- вільний найом працівників в залежності від власної потреби;
- самостійний розподіл прибутку, що залишається у підприємства після сплати податків, зборів та інших, передбачений законом платника;

- визначення і обґрунтування форм і розмірів матеріального стимулювання працівників;
- самостійне здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

В економічній науці серед різних теорій виділяється *теорія фірми Р. Коуза*. Її сутність полягає в тому, що автор відійшов від традиційного трактування вартості (ціни) товару як сукупності використаних на його виробництво ресурсів (виробничих і транспортних). Він ввів поняття трансакційних витрат, тобто витрат на збір, обробку інформації про стан ринку і конкурентів, витрати на підготовку і виконання контрактів, організаційне управління виробництвом тощо. Ці витрати, на думку Р. Коуза, є досить значимими. З метою мінімізації трансакційних витрат утворюються фірми. Вони об'єднують «під своїм дахом» робітників, менеджерів і цим самим спрощують і здешевлюють процес виконання контрактів. Якщо б трансакційні витрати були «нульовими», то фірми не виникали б, а розподіл товарів на ринку відбувався б безпосередньо між людьми.

Головна користь капіталу не в тому, щоб зробити більше грошей, але в тому, щоб робити гроші заради поліпшення життя.

Генрі Форд

2. Теорії (концепції) підприємства

У процесі розвитку економічної науки сформувались кілька основних теорій (концепцій) підприємства. Кожна з них містить специфічні погляди на підприємство і робить відповідні акценти на ті чи інші його особливості.

Неокласична теорія розглядає підприємство як цілісний об'єкт, в якому *вхідні ресурси залучаються у виробництво і перетворюються в готову продукцію*, яка продається на вільному ринку. Ця модель підприємства ґрунтується на *виробничій функції*, яка «пов'язує» між собою витрачені фактори і результати виробництва. Параметри виробничої функції підприємства визначаються конкретними технологічними процесами, які застосовуються для виробництва продукції.

Головне завдання підприємства полягає у визначенні необхідних обсягів виробництва і такого співвідношення витрат, які дали б змогу встановлювати ринкову ціну на продукцію, здатну максимізувати прибуток. Прибуток є формою вираження ефективності діяльності підприємства. Якщо підприємство не максимізуватиме прибуток, то воно під впливом ринкової конкуренції рано чи пізно буде ліквідоване.

Інституційна концепція підприємства розглядає фірму як організацію, створену людьми для більш ефективного використання їх можливостей.

Інституціональна теорія фірми, на відміну від неокласичної, не акцентує уваги на передбаченні поведінки фірми відповідно до існуючої виробничої функції, тобто технологічної залежності між витратами факторів виробництва і максимально можливим виходом продукції при відповідній їх комбінації.

Коротко завдання інституційної теорії фірми можна сформулювати як аналіз її поведінки у світі інформації. Основний акцент робиться на поясненні існування на ринку різноманітних підприємств, установ та організацій, їх функцій та масштабів діяльності, контактів з ними, можливих для підприємства варіантів вирішення питань планування, організації виробництва, контролю, мотивації працівників тощо. Поведінка підприємства характеризується особливостями укладання та виконання контрактів із зовнішніми організаціями та працівниками. З цієї точки зору інституційна теорія підприємства є «містком» між стандартною неокласичною теорією і теоріями управління.

Еволюційна теорія трактує підприємство як один із суб'єктів у середовищі собі подібних. Його поведінка визначається, по-перше, взаємовідносинами між членами спільноти, а, по-друге, його внутрішніми характеристиками. У процесі функціонування підприємства та його взаємодії з «популяцією» формуються відповідні традиції та розробляються процедури прийняття рішень, алгоритми реагування на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища. Згідно з еволюційною концепцією ці правила загалом визначають «обличчя» фірми, відмінність одного підприємства від іншого в конкурентній боротьбі.

На думку прихильників цієї теорії саме правила, які склалися, а не сліпе прагнення підприємства за будь-яких обставин максимізувати прибуток, визначають характер рішень, що ним приймаються. Ці правила не є раз і назавжди встановленими, вони еволюціонують відповідно до зміни ділового середовища підприємства і несуть на собі відбиток як особистостей керівників підприємства, так і характеру його взаємовідносин із партнерами.

Поведінка підприємства є його безпосередньою, еволюційною реакцією на зміни внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування.

Еволюційна модель підприємства, на відміну від неокласичної, визнає, що у підприємства немає єдиного критерію оптимальності прийняття рішень. Цей критерій є індивідуальним і враховує історичний досвід діяльності підприємства, його успіхи і невдачі на шляху свого розвитку, тобто критерій прийняття рішень є динамічним і періодично змінюється.

Підприємницька модель підприємства ґрунтується на уявленні про нього як сферу прикладання підприємницької ініціативи та наявних у підприємця ресурсів.

Звичайно, не всі підприємства можна назвати «підприємницькими», тому ця теорія, на відміну від інших теорій підприємства, має значно вужчий об'єкт дослідження.

Сучасне підприємство – це досить складна відкрита виробничо-господарська і соціальна система, яка складається із взаємозалежних частин – виробництв, цехів, дільниць, служб тощо; взаємодіє із зовнішнім середовищем, з якого у систему надходять необхідні фактори виробництва та в якому реалізуються продукція, роботи, послуги як результати виробництва; здійснює діяльність, спрямовану на задоволення суспільних потреб.

В основі підприємництва та в центрі діяльності будь-якого підприємства є фігура підприємця – вільного у своїх підприємницьких діях, активного,

енергійного, налаштованого на успіх, схильного до ризику, адаптивного, упевненого в собі тощо.

Слід підкреслити, що у підприємницькій теорії фірми керівник підприємства при за будь-яких обставин залишається підприємцем, тобто людиною, метою професійної діяльності якої є організація виробничого та інших процесів для задоволення певної ринкової потреби.

Концепція агентської моделі підприємства відображає взаємовідносини між власниками та менеджерами і виконавцями підприємства. Згідно з цією концепцією власники, які не є керівниками підприємства, як правило, не володіють тією інформацією, якою володіють менеджери. За таких умов вони мусять бути впевненими у тому, що менеджери діятимуть в інтересах підприємства, тобто власника. На практиці узгодженість інтересів власників та менеджерів досягається за допомогою системи взаємовигідних контрактів, які по своїй суті не відрізняються від взаємодії покупця і продавця у крамниці. Підприємство фактично залишається набором обмежень для самостійно діючих індивідів.

Згідно з *«теорією виживання»*, яка є певною мірою антиеволюційною, підприємство в перехідний період не в змозі пристосуватися до постійних змін зовнішнього середовища: коливань необхідної ринку номенклатури продукції та обсягів виробництва, фінансового стану постачальників, платоспроможності покупців та ін. Зв'язки між основними ланками економічної системи не забезпечують стабільності її існування в цілому. Поступова та узгоджена із зовнішнім середовищем еволюція неможлива, а правила прийняття рішень на підприємстві руйнуються під тиском стресових ситуацій. Тому *головним завданням підприємства є виживання.*

В таких умовах керівники підприємства приймають рішення на основі лише короткострокової власної вигоди і мають на меті лише зміцнення свого ринкового становища.

Інтеграційна концепція підприємства розглядає його як відносно стійку, цілісну соціально-економічну систему, яка інтегрує в часі й просторі процеси виробництва, реалізації продукції, відтворення ресурсів. З'єднуючою ланкою між цими процесами та ринковим іміджем підприємства є його потенціал, який розглядається як сукупність ресурсів та можливостей підприємства, що визначають очікувані характеристики його розвитку в умовах мінливого зовнішнього середовища. Об'єктом прийняття рішень, як правило, є розподіл ресурсів та зусиль підприємства між нарощуванням потенціалу та його використанням, між виробництвом та відтворенням, між сучасним та майбутнім станом підприємства.

Концепція підприємства як «відкритої» матеріально-речової та соціально-економічної системи набуває все більшої популярності серед фахівців зі стратегічного управління. Згідно із цією концепцією діяльність підприємства є погодженим у часі та просторі потоком ресурсів (сировини, матеріалів, обладнання, грошових коштів, трудових ресурсів, інформації), а

також їх запасів, які допомагають балансувати та підтримувати ці потоки для отримання запланованих результатів діяльності.

Підприємство є «відкритою» матеріально-речовою системою, оскільки його діяльність можна описати за допомогою моделі «вхід - вихід». На «вході» підприємства є всі види матеріальних і нематеріальних ресурсів, а на «виході» – товари, послуги тощо. «Вхідні» та «вихідні» потоки поєднують підприємство з відповідними ринками.

Така концепція зосереджує увагу на необхідності, з одного боку, враховувати вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємства, а з іншого, вимагає формувати ефективну виробничо-управлінську систему.

З соціального погляду підприємство – це соціально-економічна підсистема суспільства, завдяки якій здійснюється взаємодія та узгодження суспільних, колективних та особистих соціальних та економічних інтересів.

Для повного розуміння особливостей зазначеної концепції слід розглянути основні переваги підприємства як «відкритої системи» в порівнянні із «закритим» підприємством. До них належать:

1) ринковий успіх «відкритого» підприємства досягається за рахунок адаптації до мінливих зовнішніх умов;

2) визначальним при побудові системи управління є правильне визначення цілей;

3) в стратегічному плані такі підприємства першочерговим вважають споживання і тому підпорядковують своє виробництво ринковому попиту;

4) при побудові організаційних структур управління превалює гнучкість, багатоваріантність форм, відносна автономність окремих ланок виробництва і управління, концентрація на виявленні проблем та генерації нових управлінських рішень;

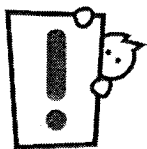
5) основою поведінки в колективі є організаційна культура, заохочення ініціативи на усіх рівнях, підтримка талантів, широкий світогляд працівників та його поєднання з глибокими професійними знаннями.

*Бізнес – це втілення мрії. Ненавиджу тих, для кого це просто гроші.
Рік Рубін*

3. Підприємницька діяльність, її принципи, форми і типи

Підприємницька діяльність (підприємництво) є одним із видів соціальної активності людини, пов'язаної із творчим пошуком та ризиком. Саме цей вид діяльності у розвинених ринкових умовах найкращим чином дозволяє найбільш повно реалізувати потенціал людини, розкрити її інтелект, професіоналізм та індивідуальність.

Сутність підприємницької діяльності визначена Господарським Кодексом України (ст.42): 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.



Економічною основою підприємницької діяльності є приватна власність. Власність – це відносини, які складаються між суб'єктами щодо привласнення засобів виробництва і результатів праці.

Ринкова економіка можлива лише за умови існування приватної власності, результатом розвитку якої стали такі форми власності, як колективна, акціонерна, кооперативна.

Ознаки підприємницької діяльності впливають із визначення її сутності, а саме:

- 1) **економічна самостійність:** суб'єкти підприємництва, керуючись власною волею, вільно обирають види підприємницької діяльності, а також час, місце та способи її здійснення;
- 2) **ініціативність:** означає, що підприємець має бути активним у своїй діяльності, особисто займатись підприємництвом, а не «делегувати» його третім особам;
- 3) **систематичність:** означає, що підприємницька діяльність здійснюється багаторазово, тривалий час;
- 4) **діяльність на власний ризик:** підприємницький ризик – це певна подія з ознаками ймовірності і випадковості настання, яка може призвести до негативних наслідків для підприємця; одержання прибутку як мета підприємницької діяльності не завжди може бути досягнута, інколи підприємець зазнає збитків, за які він сам несе відповідальність, тобто має місце підприємницький ризик;
- 5) **діяльність з метою одержання прибутку,** тобто суми коштів, на яку одержані підприємцем доходи перевищують здійснені ним витрати;
- 6) **правомірність:** означає, що підприємницька діяльність зареєстрована у встановленому законодавством порядку та здійснюється у відповідності з ним.

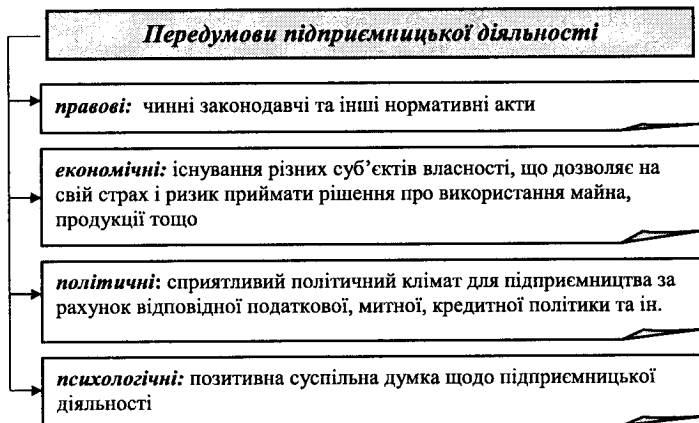
Об'єктивними рушійними силами підприємництва є:

- ❖ **суперечності** – між виробництвом і споживанням, зростанням потреб і можливістю їх задоволення, між різними формами власності, інтересами, попитом і пропозицією та ін.;
- ❖ **ділова творчість людини** – особиста ініціатива, енергія, активність, працьовитість, прагнення реалізувати свої ідеї, винаходи, проявити себе, задовольнити здорове честолюбство є спонукальним мотивом до підприємництва;
- ❖ **ризик** – притаманий лише людині; це гра, обґрунтований розрахунок, змагання в конкурентній боротьбі, радість перемоги або гіркота поразки; він загартовує підприємця, стимулює бізнес;
- ❖ **потреби** – випереджають рівень виробництва; розвиток суспільства і підприємництва породжує такі потреби, які не можуть бути задоволені наявними продуктивними силами, що зумовлює потребу в нових продуктивних силах (техніці, технології, нових професіях), а отже, стимулює розвиток підприємництва;

- ❖ *економічний інтерес* – це форма реалізації потреби, це вигода, яка досягається в процесі реалізації економічних відносин; специфіка економічних інтересів, а отже, і підприємництва, визначаються економічним та соціальним становищем людей; підприємництво є водночас реалізацією їх інтересів і задоволенням потреб;
- ❖ *економічна конкуренція* – це суперництво між підприємцями щодо задоволення власних інтересів, пов'язаних з продажем виробленої ними продукції, виконанням робіт, наданням послуг одним і тим самими споживачам; конкуренція є об'єктивною закономірністю становлення і розвитку підприємництва, сприяє витісненню з виробництва неефективних підприємств.

Підприємницька діяльність реалізується на основі таких принципів:

- 1) вільний вибір видів діяльності, які не заборонені чинним законодавством;
- 2) залучення у підприємницьку діяльність коштів громадян та юридичних осіб на добровільних засадах;
- 3) самостійне формування програми діяльності;
- 4) самостійний вибір постачальників та споживачів продукції;
- 5) самостійне встановлення цін на продукцію;
- 6) вільний найом працівників;
- 7) залучення і використання матеріально-технічних, фінансових, трудових і природних ресурсів;
- 8) вільне розпорядження прибутком, який залишається в розпорядженні підприємства, та часткою належної йому валютної виручки;
- 9) самостійне здійснення підприємством зовнішньоекономічної діяльності.



Зміст підприємництва тісно пов'язаний із його формами і типами.

Формами підприємництва є:

1. **Приватне підприємництво**, яке засноване на приватній власності і здійснюється приватними особами з метою отримання прибутку і примноження власності. Воно є найбільш поширеною формою підприємницької діяльності і може реалізовуватись на основі особистої праці підприємця та членів його сім'ї, а також з використанням найманої праці.
2. **Колективне підприємництво** – форма підприємництва, яка ґрунтується на трудовій участі членів підприємства; працівники є учасниками підприємницького процесу і мають вирішальний вплив на прийняття рішень, а визначальним фактором розподілу результатів підприємницької діяльності є трудовий внесок працівників. Колективне підприємництво виключає експлуатацію.
3. **Державне підприємництво** – підприємницька діяльність, за якої прийняття стратегічних рішень та контроль за підприємництвом здійснюються державними органами. Необхідність втручання держави в економіку пояснюється певними вадами ринкового механізму (вільними цінами на деякі товари, відсутністю державної підтримки деяких галузей та ін.). Державне підприємництво реалізується через державні підприємства, підприємства з різним ступенем державної участі, а також у формі оренди державних підприємств. Така форма підприємництва допустима рівно на стільки, на скільки вона сприяє зростанню загальної добробуту громадян, підвищенню конкурентоспроможності національної економіки. В окремих випадках може існувати **змішана форма підприємництва**, яка поєднує в собі елементи перелічених вище форм.

У відповідності із структурою процесу відтворення (виробництво, обмін, розподіл, споживання) виділяють **чотири головних типи підприємництва**:

- **виробниче** (виробництво і надання послуг, інноваційна діяльність у сфері виробництва і послуг);
- **комерційне** (брокерська, дилерська, дистрибуторська, агентська діяльність, гуртово-посередницька діяльність тощо);
- **фінансове** (банківська діяльність, діяльність страхових та аудиторських фірм та ін.);
- **сфера споживання** (роздрібна торгівля, сфера надання побутових та інших послуг).

Універсальним видом підприємницької діяльності можна назвати **маркетингову діяльність**, оскільки вона «присутня» у будь-якій сфері підприємництва. Маркетингова діяльність може бути самостійним видом підприємницької діяльності, а може виконувати функцію інтеграції зусиль всіх ланок виробничої та посередницької діяльності з метою задоволення ринкового попиту та одержання продукту.

Без економічної свободи ніякої іншої свободи бути не може.

Маргарет Тетчер

4. Законодавче забезпечення підприємництва в Україні

Основою розвитку підприємництва в Україні є ряд законів, указів Президента України, постанов Верховної Ради та Кабінету Міністрів України, інших нормативно-правових актів.

Закон України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» (2003 р.) визначає правові та організаційні засади реалізації державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності.

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.

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.

Регуляторними органами, згідно цього закону, можуть бути вищі органи державної влади, Національний банк України, місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування, а також посадова особа будь-якого із зазначених органів, якщо відповідно до законодавства ця особа має повноваження одноособово приймати регуляторні акти.

До регуляторних органів також належать територіальні органи центральних органів виконавчої влади, державні спеціалізовані установи та організації, некомерційні самоврядні організації.

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.

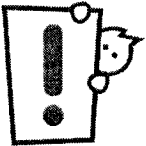
Закон України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» (2005 р.) визначає правові та організаційні засади функціонування дозвільної системи у сфері господарської діяльності і встановлює порядок діяльності дозвільних органів, уповноважених видавати документи дозвільного характеру, та державних адміністраторів.

Цим законом (ст.1) визначено, що *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.

Дозвільними органами, згідно згаданого закону, є органи виконавчої влади, державні колегіальні органи, органи місцевого самоврядування, їх посадові особи, уповноважені видавати документи дозвільного характеру. Такими *документами дозвільного характеру* є дозволи, висновки, рішення, погодження, свідоцтва тощо, які дозвільний орган зобов'язаний видати підприємцю для надання йому права на здійснення господарської діяльності та без наявності яких він не може здійснювати цю діяльність.

Об'єктами, на які видаються документи дозвільного характеру, можуть бути природні ресурси, земельні ділянки, будівлі, споруди, приміщення, устаткування, обладнання, механізми, які вводяться в експлуатацію або проектуються, окрема операція, господарська діяльність певного виду, робота, послуга, а також документи, які використовуються суб'єктом господарювання в процесі проходження погоджувальної (дозвільної) процедури (проектна документація на будівництво об'єктів, землевпорядна документація, містобудівна документація, гірничий відвід).



Видача документів дозвільного характеру відповідними (місцевими або регіональними) дозвільними органами здійснюється за принципом організаційної єдності.

Підприємець за одержанням документів дозвільного характеру звертається до державного адміністратора у єдиному дозвільному центрі.

Єдиний дозвільний центр – це робочий орган відповідної міської ради або 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.

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 діяльність державних органів є елементом державної дозвільної політики і покликана позитивно впливати на рівень інвестиційної привабливості галузей, територій внаслідок зниження бюрократичних перепон у веденні бізнесу.

Основними принципами державної політики з питань дозвільної системи у сфері господарської діяльності є:

- захист прав, законних інтересів суспільства, територіальних громад, громадян, їх життя, охорона довкілля та забезпечення державної безпеки;
- розвиток конкуренції;
- прозорість процедури видачі документів дозвільного характеру;
- рівноправність суб'єктів господарювання під час видачі документів дозвільного характеру;
- відповідальність посадових осіб дозвільних органів, державних адміністраторів та суб'єктів господарювання за порушення вимог законодавства з питань видачі документів дозвільного характеру;
- зменшення рівня державного регулювання господарської діяльності;
- установлення єдиних вимог до порядку видачі документів дозвільного характеру.

В Україні законодавчо затверджений *повний перелік документів дозвільного характеру* та заборонено вимагати від суб'єктів господарювання отримання дозвільних документів, необхідність одержання яких не передбачена законом. Перелік налічує 143 позиції (*Закон України «Про Перелік документів дозвільного характеру у сфері господарської діяльності», 2011 р.*)

Крім того, в державі намічений курс на скасування значної частини дозволів, обмеження сфери та збільшення строку їх дії, закріплення можливості здійснення господарської діяльності без отримання дозволів на підставі подання декларації.

Також передбачається встановити процедуру здійснення усіх дій, необхідних для видачі дозволів, самими дозвільними центрами *без залучення суб'єкта господарювання*. Підприємці будуть звільнені від необхідності витрачати час на узгодження з чиновниками документів на здійснення своєї діяльності.

Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» (2012 р.) визначає правові та економічні засади державної політики у сфері підтримки та розвитку малого і середнього бізнесу.

Визначена цим законом *мета державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва*, полягає у:

- створенні сприятливих умов для розвитку малого і середнього підприємництва;
- забезпеченні розвитку суб'єктів малого і середнього підприємництва з метою формування конкурентного середовища та підвищення рівня їх конкурентоспроможності;
- стимулюванні інвестиційної та інноваційної активності суб'єктів малого і середнього підприємництва;
- сприянні провадженню суб'єктами малого і середнього підприємництва діяльності щодо просування вироблених ними товарів, результатів інтелектуальної діяльності на внутрішній та зовнішній ринки;

- забезпеченні зайнятості населення шляхом підтримки підприємницької ініціативи громадян.

Принципами державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні є:

- ефективність підтримки малого і середнього підприємництва;
- доступність отримання державної підтримки суб'єктами малого і середнього підприємництва;
- забезпечення участі представників суб'єктів малого і середнього підприємництва, громадських організацій у формуванні та реалізації державної політики в зазначеній сфері;
- створення рівних можливостей для доступу суб'єктів малого і середнього підприємництва до участі у виконанні загальнодержавних, регіональних та місцевих програм розвитку малого і середнього підприємництва та отримання державної підтримки;
- ефективність використання бюджетних коштів, передбачених для виконання зазначених програм;
- відкритість і прозорість проведення процедур надання державної підтримки;
- доступність об'єктів інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва для всіх суб'єктів такого підприємництва.

Основними напрямками державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні є:

- 1) удосконалення і спрощення порядку ведення обліку з метою оподаткування;
- 2) запровадження спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності для суб'єктів малого підприємництва, які відповідають встановленим податковим законодавством критеріям;
- 3) залучення суб'єктів малого підприємництва до виконання науково-технічних і соціально-економічних програм, здійснення постачання продукції (робіт, послуг) для державних і регіональних потреб;
- 4) забезпечення фінансової державної підтримки малих і середніх підприємств шляхом запровадження державних програм кредитування, надання гарантій для отримання кредитів, часткової компенсації відсоткових ставок за кредитами;
- 5) сприяння розвитку інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва;
- 6) гарантування прав суб'єктів малого і середнього підприємництва під час здійснення державного нагляду у сфері господарської діяльності;
- 7) сприяння спрощенню дозвільних процедур та процедур здійснення державного нагляду, отримання документів дозвільного характеру для суб'єктів малого і середнього підприємництва та скороченню строку проведення таких процедур;
- 8) організація підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для суб'єктів малого і середнього підприємництва;

9) впровадження механізмів сприяння та стимулювання до використання у виробництві суб'єктами малого і середнього підприємництва новітніх технологій, а також технологій, які забезпечують підвищення якості продукції.

Положення законів України, які регулюють відносини у сфері підприємництва та створюють для нього відповідну правову базу, знаходять відображення і конкретизуються в інших відповідних нормативно-правових актах.

Хто купує зайве, в решті решт продає необхідне.

Бенджамін Франклін

5. Підприємницькі договори, їх структура і порядок укладання

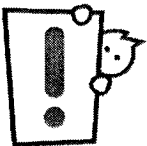
Взаємодія підприємства із зовнішніми партнерами, організаціями, конкурентами, окремими групами споживачів, постачальниками, органами влади та ін. вимагає дотримання встановлених форм, норм і правил співробітництва.

Головною складовою співробітництва у сфері підприємництва є угода, тобто економіко-правова форма досягнення підприємницької мети. Угода розглядається як дія, спрямована на встановлення, зміну або припинення правовідносин юридичних або фізичних осіб в галузі підприємництва.

Угода – це будь-яка домовленість між підприємцями, в основі якої лежить комерційний інтерес

Угода вважається укладеною відразу після підписання *договору*, зміст і форма якого залежать від напрямків і форми співробітництва партнерів. Такими напрямками можуть бути сфери виробництва, товарообміну, торгівлі, фінансових відносин та ін.

Підприємницький договір – це акт, у якому виражена згода партнерів діяти спільно на засадах взаємної вигоди. Підприємницька діяльність без таких договорів є неможливою.



Договори, які укладаються між суб'єктами підприємництва, складаються у письмовій формі і містять такі частини: вступну частину, предмет договору, права та обов'язки сторін, додаткові умови договору, юридичні адреси сторін.

Найбільш поширеними видами договорів у підприємницькій діяльності є:

- договір поставки товарів;
- договір купівлі-продажу;
- договір контрактації;
- договір франчайзингу;
- зовнішньоекономічний контракт.

Договір поставки товарів є найважливішим договором в діяльності підприємств на внутрішньому ринку. Він є формою регулювання комерційних відносин між різними суб'єктами ринку, зокрема, між виробниками, між виробниками і торгівельними підприємствами. Цей договір є найдоцільнішим тоді, коли необхідне тривале і систематичне постачання товарів суб'єктами підприємництва, і має такі особливості:

- між моментом укладання і моментом реального виконання існує великий проміжок часу;
- на момент укладання договору товар у виробника-постачальника може бути ще не виробленим, тобто угода укладається під майбутній товар;
- у договорі сторонами можуть виступати юридичні особи та підприємці-фізичні особи;
- предметом поставки є товар, призначений для господарської або іншої підприємницької діяльності.

За договором поставки одна сторона – постачальник зобов'язується передати в обумовлений строк іншій стороні – покупцеві товар, а останній зобов'язується прийняти товар і оплатити його.

Постачальник передає покупцю товар для використання його у підприємницькій діяльності або в інших цілях, не пов'язаних з особистим, домашнім, сімейним використанням.

Договір поставки має таку структуру:

- вступ;
- предмет поставки;
- ціна;
- комплектність поставки;
- строки і порядок поставки;
- якість товарів;
- умови платежу;
- форс-мажорні умови;
- відповідальність сторін;
- адреса сторін.

Невід'ємною частиною договору поставки є *специфікація*, у якій зазначається розгорнутий асортимент товарів, що постачаються, його марки, розміри, стандарти, технічні умови, кількість, ціна за одиницю, ціна партії, строки поставки.

Договір купівлі-продажу товарів є найпоширенішим видом господарських взаємовідносин між продавцями і покупцями, якими можуть бути юридичні або фізичні особи.

Нормативною базою для вітчизняних підприємств при здійсненні купівлі-продажу є Цивільний кодекс України.

Структура договору купівлі-продажу:

- предмет договору;
- кількість товару;
- асортимент товару;

- якість товару;
- комплектність товару;
- тара та упаковка;
- ціна товару;
- оплата товару;
- обов'язки продавця;
- обов'язки покупця.

Договір контракції – є однією з форм господарських зв'язків між підприємствами і виробниками сільськогосподарської продукції і заготівельниками цієї продукції (юридичними і фізичними особами) для її переробки, збуту і реалізації населенню.

За договором контракції виробник сільськогосподарської продукції зобов'язується передати вироблену (вирощену) ним продукцію заготівельнику для її переробки або продажу.

Договір контракції забезпечує на основі взаємної співпраці і взаємодопомоги виробничо-господарський зв'язок між виробниками продукції та її заготівельниками. Цей зв'язок виражається в наданні взаємовигідних виробничих і організаційно-фінансових послуг сторонами за договором контракції.

В такому договорі повинні бути точно зафіксовані предмет договору (вид продукції), її кількість, якість, сторони, порядок і умови доставки, місце здачі продукції, права і обов'язки сторін, майнова відповідальність сторін за неналежне виконання договірних зобов'язань та ін.

Договір франчайзингу. *Франчайзинг* – це угода, за якої виробник або одноосібний розповсюджувач продукції або послуг, захищених товарним знаком, надає за певну плату ексклюзивні права на розповсюдження на певній території своєї продукції незалежним підприємцям (роздрібним торговцям) за умови дотримання технологій виробничих та обслуговуючих операцій.

Франчайзинг може поширюватись на будь-яку господарську діяльність, але найбільша кількість фірм, що працюють за цією системою, зосереджена у ресторанному бізнесі, роздрібній торгівлі продуктами, будівельній індустрії, автосервісі тощо.

Однією з головних причин швидкого поширення та успіху франчайзингу є поєднання глибоких знань, досвіду та стійкого фінансового стану франчайзера і франчайзі.

Франчайзер – це організатор справи, власник генеральної ліцензії, патенту, досвідчений постачальник необхідних продуктів, сировини, обладнання, технології, які необхідні для здійснення підприємницької діяльності.

Франчайзі – підприємець, менеджер, діяльність якого є повністю самостійною, але його підприємство функціонує не як відособлений суб'єкт, а як частина єдиного комплексу, об'єднаного франчайзером, який є власником нематеріальних активів підприємства франчайзі.

Правові та ділові взаємовідносини між суб'єктами франчайзингу визначаються *договором франчайзингу*. За цим договором франчайзер дає

дозвіл франчайзі на використання розробленої ним системи ведення певної діяльності за винагороду на визначений строк або без визначення строку. Договором передбачається використання франчайзі комплексу виключних прав франчайзера, в тому числі права на фірмове найменування, комерційну інформацію, використання ділової репутації, комерційного досвіду тощо.

Договір франчайзингу може передбачати передачу частки прав з володіння, користування та розпорядження іншими об'єктами інтелектуальної власності – винаходами, корисними моделями, ноу-хау.

Договором франчайзингу можуть бути передбачені обмеження прав сторін, зокрема:

- франчайзер не має права надавати іншим особам аналогічні виключні права для їх використання на закріпленій франчайзі території та повинен утримуватись від власної аналогічної діяльності на цій території;
- франчайзі не повинен конкурувати з франчайзером на території дії договору франчайзингу стосовно підприємницької діяльності;
- франчайзі повинен відмовитись від одержання за договором франчайзингу аналогічних прав у конкурентів франчайзера;
- франчайзі повинен погоджувати з франчайзером місце розташування комерційних приміщень для їх використання при здійсненні наданих за договором виключних прав, а також їх внутрішнє і зовнішнє оформлення.

Як правило, франчайзингові договори є довгостроковими.

Зовнішньоекономічний контракт – це письмово оформлена угода двох або більше суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та їхніх іноземних контрагентів з приводу встановлення, зміни або припинення їхніх взаємних прав та обов'язків.

Договір укладається відповідно до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» та інших законів України з урахуванням міжнародних договорів України. Договір може бути визнаний недійсним у судовому порядку, якщо він не відповідає вимогам цих документів.

Зовнішньоекономічний контракт повинен містити інформацію про:

- 1) назву, номер контракту, дату і місце його укладення;
- 2) преамбулу;
- 3) предмет договору;
- 4) кількість та якість товару;
- 5) базисні умови поставки товарів;
- 6) ціну та загальну вартість контракту;
- 7) умови платежів;
- 8) умови приймання;
- 9) упаковку та маркування;
- 10) форс-мажорні обставини;
- 11) санкції та реклаमाції;
- 12) урегулювання спорів у судовому порядку;
- 13) місцезнаходження (місце проживання), поштові та платіжні реквізити сторін.

За домовленістю сторін у договорі можуть визначатись *додаткові умови*: страхування, гарантії якості, умови залучення агентів, перевізників, визначення норм навантаження (розвантаження), умови передачі технічної документації на товар, збереження торгових марок, порядок сплати податків, митних зборів, захисні застереження та ін.

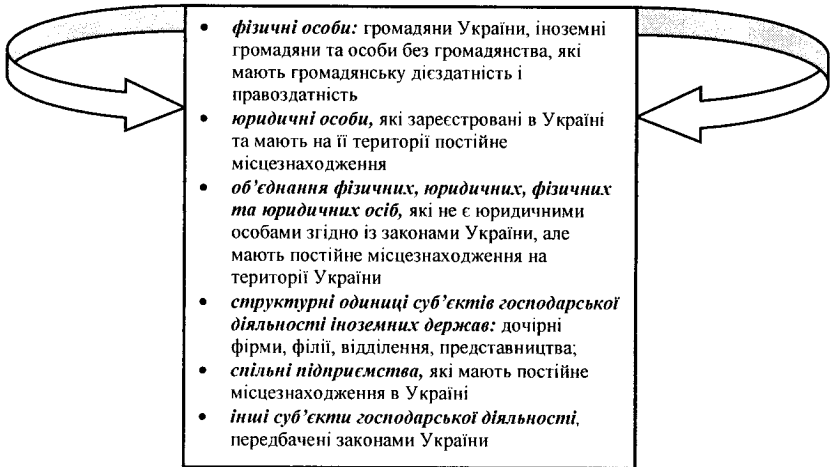
5. Міжнародний бізнес, його суб'єкти, типи і види

Можливість отримання певних вигод від міждержавних ділових стосунків реалізується шляхом провадження міжнародного бізнесу.

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.

Суб'єктам міжнародного бізнесу обов'язково властиві внутрішні спонукальні мотиви, інтереси, цілі та здатність до їх реалізації у певній сфері міжнародної економічної діяльності. Такими мотивами можуть бути: доступ до нових джерел корисних копалин, сировини, ринків робочої сили, прагнення до нових ринків збуту.

Відповідно до ст.3 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» (1991 р.), до суб'єктів міжнародного бізнесу в Україні належать:



Основними рисами міжнародного бізнесу є:

- 1) отримання прибутку в міжнародному бізнесі забезпечується за рахунок використання переваг виходу за межі національних кордонів;
- 2) підприємці прагнуть використовувати додаткові економічні можливості, які впливають із місткості, ресурсних особливостей зарубіжних ринків,

правових особливостей зарубіжних країн, специфіки міждержавних взаємовідносин тощо;

- 3) міжнародний бізнес є різноваріантним в залежності від рівня його інтернаціоналізації: від разових поставок на зарубіжний ринок до розвинутої структури транснаціональних компаній, які охоплюють десятки країн і сотні ринків;
- 4) міжнародний бізнес має доступ до пакету різноманітних «інтернаціональних» бізнес-послуг: наукових, фінансових, транспортних, логістичних, підбору кадрів та ін., що дозволяє максимально реалізувати можливості в бізнесі;
- 5) урахування в бізнесі культурного фактору, тобто сукупності вимог і обмежень, які накладаються культурою даної країни на тих, хто веде в ній або з нею бізнес;
- 6) глобальний характер міжнародного бізнесу: світова система обміну діловою інформацією, світовий фінансовий ринок, глобальна структура технологічних нововведень і т. д.;
- 7) наявність в міжнародному бізнесі системи професійних знань принципово вищого рівня, ніж та, яка є в національному бізнесі;
- 8) міжнародний бізнес вбирає в себе все найкраще, що є у світовій бізнесовій практиці;
- 9) адаптація є головною стратегічною зброєю міжнародного бізнесу, а інформація – головним стратегічним ресурсом;
- 10) протилежно відмінна оцінка ситуації в будь-якій країні з точки зору міжнародного бізнесу, *наприклад*, негативні тенденції в економіці країни можуть бути оцінені як додаткові можливості з точки зору іноземної фірми.
- 11) міжнародний бізнес може відчувати підтримку своєї держави у боротьбі з конкурентами у багатьох прихованих формах.

Особливості здійснення міжнародної бізнесу дозволяють виділяти його певні типи і види.

Розрізняють два основні *типи міжнародного бізнесу* – *приватний і державний*. Таке виокремлення здійснюється на основі розмежування суб'єктів господарювання за *формою власності*. Зараз домінує тенденція до поступового збільшення частки приватного міжнародного бізнесу.

Види міжнародного бізнесу розрізняють за галузево-технологічною і функціональною ознаками: промисловий, аграрний, агропромисловий, будівельний, торгівельний, транспортно-комунікаційний, фінансовий. Найбільш швидкими темпами розвиваються промисловий, торгівельний і фінансовий міжнародний бізнес.

Господарським Кодексом України *зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД)* визначена як *господарська діяльність, яка в процесі здійснення потребує перетинання митного кордону України майном суб'єктів господарювання та (або) робочою силою*.

Підприємство є основною ланкою зовнішньоекономічної діяльності, його вихід на міжнародний ринок призводить в цілому до позитивних моментів як для самого підприємства, так і для економіки держави в цілому.

По-перше, зовнішньоекономічна діяльність є суттєвим чинником додаткового стимулювання стабілізаційних процесів у національній економіці, кризові явища у ній в значній мірі можуть бути подолані завдяки використанню ефективних зовнішньоекономічних зв'язків.

По-друге, підприємства можуть гнучко реагувати на зміни зовнішньоекономічних чинників, оптимально мобілізувати певні виробничі ресурси з метою раціонального використання переваг зовнішньо - економічних зв'язків.

По-третє, в рамках міжнародного економічного співробітництва партнери з інших держав суттєво впливають на розвиток вітчизняного підприємства, підвищення його технічного і технологічного рівня.

По-четверте, підприємство, замкнуте лише на внутрішньому господарському комплексі, позбавлення здорової зовнішньої конкуренції, розвивається не надто ефективно.

Основних форми зовнішньоекономічної діяльності підприємств є:

- 1) *здійснення окремих зовнішньоекономічних операцій* – експортно-імпортних, лізингових, посередницьких, консультаційних і маркетингових послуг;
- 2) *міжнародна торгівля*, яка є специфічною формою обміну товарами і послугами різних країн; характеризується обсягом експорту-імпорту продукції, торгівельним балансом, зовнішньоторговельним оборотом, товарною та географічною структурою;
- 3) *промислова кооперація* – науково-технічна, виробнича, збутова, сервісна; може проявлятися в експорті продукції, яка репрезентує досягнення науково-технічного прогресу, кооперації країн у створенні нової техніки й технології з подальшим її впровадженням та використанням, модернізації об'єктів за участю закордонних партнерів, лізингу, технічному навчанні персоналу країн-імпортерів технологій, обміні передовим технічним досвідом, координації та кооперації наукових досліджень, технічній допомозі при опануванні нових виробництв, науково-технічній співпраці у галузі навчання та підвищення кваліфікації наукових кадрів, продаж ліцензій;
- 4) *організація спільного підприємства*, яка має високий рівень інтернаціоналізації і охоплює створення та функціонування спільних підприємств, ліцензування, управління за контрактом. *Спільне підприємництво* – досить розповсюджена форма зовнішньоекономічної діяльності. Окрім економічних вигод у вигляді отримання інвестицій або нових технологій, спільне підприємництво пом'якшує й політичні проблеми, бо країна, що вклала капітал в економіку іншої країни, буде зацікавлена у її стабільності. Найбільш розповсюдженими сферами діяльності спільних підприємств в Україні є промислове виробництво, будівництво, торгівля, туризм, посередницькі послуги.
- 5) *створення територіально – виробничих комплексів* з багатосторонніми міжнародними зв'язками (наприклад, прикордонна, прибережна торгівля, різні консорціуми, реалізація концесійних угод тощо).



Питання для самоконтролю

1. Чи тотожними є поняття «підприємство» і «фірма» щодо вітчизняних умов господарювання та чинного законодавства? Поясніть.
2. Метою функціонування підприємства на ринку є виключно одержання прибутку його власником. Доведіть або спростуйте це твердження.
3. Поясніть, як впливають економічні суперечності на розвиток підприємництва.
4. Охарактеризуйте передумови розвитку підприємництва в сучасних умовах.
5. Якою є різниця між приватною і колективною формами підприємництва?
6. Що таке регуляторна діяльність і яким є механізм її здійснення в Україні?
7. Назвіть кілька прикладів документів дозвільного характеру.
8. Якими є особливості договору франчайзингу?
9. Хто в Україні згідно чинного законодавства має право здійснювати зовнішньоекономічну діяльність?



Література

1. Бабенко А.Г. Розвиток підприємницької діяльності в аграрному виробництві України. / А.Г. Бабенко, К.В. Бондаревська. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/6.2/8.pdf>
2. Бойчик І.М. Економіка підприємства: навч. посіб. – Вид. 2-ге, доп. і перер./ І.М.Бойчик. – К.: Атіка, 2006. – 528 с.
3. Бояринова К.О. Інноваційність функціонування підприємства в теоріях організації. / К.О. Бояринова // Вісник НТУ «ХПІ». – 2013. – № 45 (1018). – С.8-14.
4. Герчикова І.Н. Менеджмент: учеб. – 3-е изд., перераб. и доп. / И.Н. Герчикова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 501 с.
5. Вергун В.А. Іноземні інвестиції: офшорні зони та їх інституції в міжнародному бізнесі: навч. посіб. / В.А. Вергун, О.І. Ступницький. – К.: КНУ ім. Т.Шевченка, 2012. – 303 с.
6. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. (ред. від 12.08.2015 р.). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
7. Закон України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» від 11.09.2003 р. (ред. від 11.07.2014 р.). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1160-15>
8. Закон України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» від 06.09.2005 р. (ред. від 07.12.2014 р.). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2806-15>
9. Закон України «Про Перелік документів дозвільного характеру у сфері господарської діяльності» від 19.05.2011 р. (ред. від 05.04.2015 р.). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/3392-17>
10. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» від 22.03.2012 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>
11. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 р. (ред. від 28.06.2015 р.). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/959-12>

12. Збарський, В.К. Теоретичні аспекти підприємництва. / В.К.Збарський, П.К.Канінський. // Вісник Сумського національного аграрного університету. – 2009. – Вип.1. – С.171-177.
13. Збарський В. Особливості підприємницької діяльності в економічно розвинених країнах та можливості її розвитку в аграрному секторі України. / В.Збарський, Н.Корсун. – 2011. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://elibrary.nubip.edu.ua/13117/1/11zv_k.pdf
14. Історія економічних учень: підруч. у 2-х ч. / За ред. В.Д.Базилевича. – К.: Знання-Прес, 2004. – 2006. – 345 с.
15. Козоріз М.А. Особливості становлення та розвитку підприємницького сектора економіки України. / М.А. Козоріз // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – 2008. – Вип.6 (74). – С.3-1.
16. Кокоріна В.І. Основні тенденції розвитку форм міжнародного бізнесу в умовах глобалізації. / В.І.Кокоріна // Ефективна економіка. – 2012. – № 6. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1205>
17. Коротич О.Б. Підприємництво як соціально-економічне явище. / О.Б.Коротич, Ю.Л.Орел, О.В.Рябічко. – 2010. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kbuaa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2010-4/doc/3/02.pdf>
18. Коротич О.Б. Спільне підприємництво: навч. посіб. / О.Б.Коротич, О.М.Колесников. – Х.: УкрДАЗТ, 2004. – 117 с.
19. Мировая экономика и между народный бизнес: учеб. / кол. авторов; под. общ. ред. д-ра экон. наук, проф. В.В.Полякова и д-ра экон. наук, проф. Р.К.Ценина. – 5-е изд. – М.: КНОРУС, 2008. – 688 с.
20. Михайлова Л.І. Міжнародний бізнес. / Л.І.Михайлова, С.Г.Турчина, Ю.І.Данько // навч. посіб. – Суми: Вид-во «Козацький вал», 2009. – 323 с.
21. Орел Ю.Л. Регуляторний вплив територіальних органів влади на розвиток підприємницької діяльності: дис...канд. держ. упр. / Ю.Л.Орел. – Харків, 2009. – 209 с.
22. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні: національна доповідь. Державний комітет України з питань регуляторної політики та підприємництва. – 2010. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dkrp.gov.ua/info/746>
23. Сторожук А. Переваги і недоліки міжнародного співробітництва України у сфері сталого розвитку. / А.Сторожук // Вісник СумДУ. Серія «Економіка». – 2012. – № 1. – С.37-42.
24. Цивільне право України. Особлива частина: підруч. / За ред. О.В.Дзери, Н.С.Кузнецової, Р.А.Майданика. – 3-те вид. перер. і доп. – К.: Юрінком Інтер, 2010. – 1176 с.
25. Цивільне право України. Загальна частина: підруч. / В.С.Фазикош, С.Б.Булеца, Р.Б.Олійник та ін.; за ред. С.Б.Булеци. – К.: Знання, 2010. – 631 с.
26. Шишка Р.Б. Характеристика договорів. / Р.Б.Шишка. – 2010. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: irbis-nbuv.gov.ua/.../cgjirbis_64.exe?...
27. Шишка Р.Б. Концепція та ознаки підприємницького договору за законодавством України // Форум права. – 2008. – № 2. – С.495-501 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/FP/2008-2/08srbzsu.pdf>
28. Шкіль Н.Г. Міжнародний бізнес в контексті національних вимірів. / Н.Г.Шкіль. – 2014. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: irbis-nbuv.gov.ua/.../cgjirbis_64.exe?...

ТЕМА 3. ВИДИ ПІДПРИЄМСТВ, ЇХ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ

Питання для теоретичної підготовки

1. Правові основи функціонування підприємств в Україні.
2. Порядок створення та реєстрації підприємств.
3. Класифікація підприємств.
4. Форми об'єднання підприємств, їх утворення, мета і функції.

**Ключові
терміни і
поняття**

Господарський кодекс України, статут підприємства, засновницький договір, генеральна тарифна угода, колективний договір, державна реєстрація підприємства, Єдиний державний реєстр, акціонерне товариство, товариство з обмеженою відповідальністю, асоціація, корпорація, холдинг, концерн

*Бізнес - це мистецтво вилучати гроші з кишені іншої людини,
не вдаючись до насилля.
Морі Амстердам*

1. Правові основи функціонування підприємств в Україні

Підприємства в Україні як суб'єкти господарювання утворюються, реєструються та здійснюють свою діяльність у встановленому законодавством порядку.

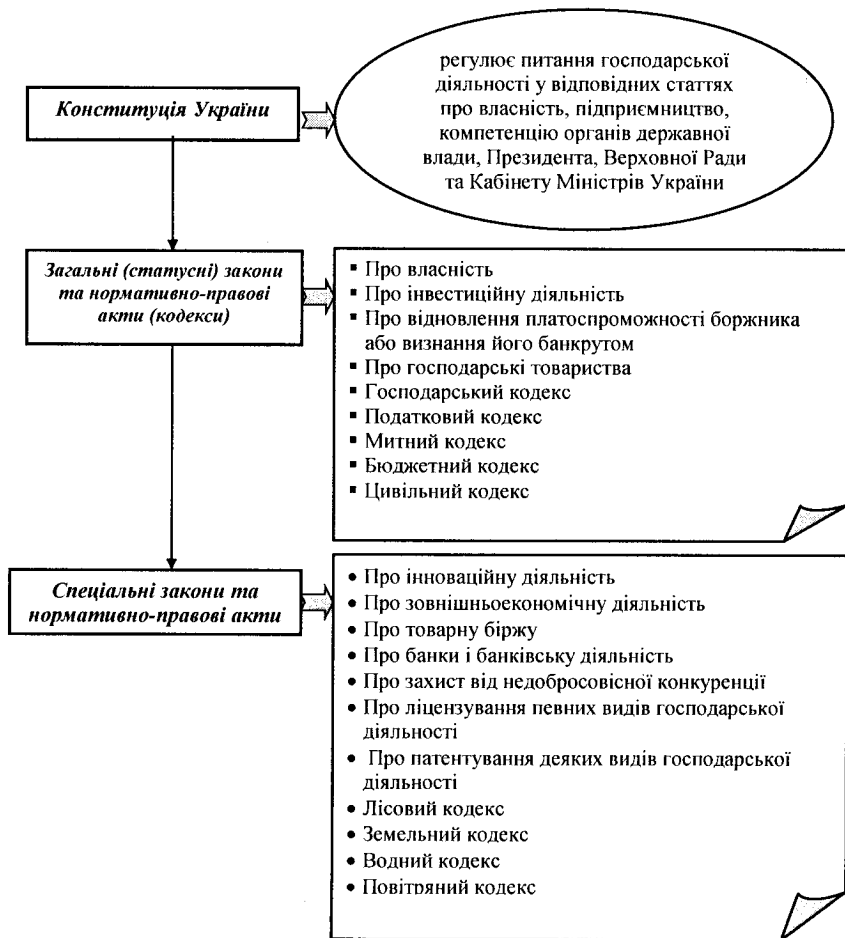
Законодавство у сфері господарської діяльності формується на основі Конституції України та є сукупністю *законодавчих актів та підзаконних нормативних актів*.

До *законодавчих актів* належать нормативні акти Верховної Ради України та Кабінету Міністрів України. До *підзаконних нормативних актів* - укази та розпорядження Президента України, постанови та розпорядження Кабінету Міністрів, нормативні акти міністерств, відомств (накази, інструкції, положення), нормативні акти місцевих рад народних депутатів та місцевих адміністрацій.

Основним документом, який визначає умови, обсяги, сфери та порядок застосування засобів державного регулювання господарських відносин є *Господарський кодекс України (ГКУ)*. Він встановлює відповідно до Конституції України правові основи господарської діяльності суб'єктів господарювання різних форм власності та покликаний забезпечити розвиток підприємництва, зростання ділової активності і підвищення ефективності суспільного виробництва, його соціальну спрямованість.

До основних засобів регулюючого впливу держави на діяльність господарюючих суб'єктів належать (ст.12 ГКУ):

- державне замовлення і державне завдання;
- ліцензування, патентування і квотування;
- сертифікація і стандартизація;
- застосування нормативів та лімітів;
- регулювання цін і тарифів;
- надання інвестиційних, податкових та інших пільг;
- надання дотацій, компенсацій, цільових інновацій та субсидій.



Також Господарським кодексом України визначені поняття та сутність недобросовісної конкуренції, інноваційної та інвестиційної діяльності та ін. Положення ГКУ знайшли відображення у спеціальних законах та нормативно-правових актах, *наприклад, Законах України «Про захист від недобросовісної конкуренції» (1996 р.), «Про захист економічної конкуренції» (2001 р.), «Про інвестиційну діяльність» (1991 р.), «Про інноваційну діяльність» (2002 р.) і т.д.*



Нормативно-правовими актами, які регулюють діяльність підприємств, також є статут, засновницький (установчий) договір, генеральна тарифна угода та колективний договір.

Статут підприємства – це зібрання обов'язкових правил, які регулюють його індивідуальну діяльність, а також взаємовідносини з іншими суб'єктами господарювання

Статутом підприємства повинні бути обов'язково визначені його форма власності, сфера діяльності, способи управління та контролю, порядок утворення майна та розподіл прибутку, порядок реорганізації або припинення діяльності та інші положення, які регламентують роботу підприємства.

Статут підприємства є його «внутрішнім законом» і містить:

*Розділи
статуту
підприємства*

- назва та місцезнаходження підприємства;
- загальні положення;
- мета створення і напрями діяльності;
- юридичний статус підприємства;
- зовнішньоекономічна діяльність;
- майно і фонди підприємства;
- виробничо-господарська діяльність;
- прибуток підприємства та його розподіл;
- порядок відшкодування збитків;
- органи управління та контролю;
- організація та оплата праці;
- повноваження трудового колективу;
- облік та звітність;
- припинення діяльності підприємства.

Статут підприємства підлягає реєстрації в органах державної реєстрації і є головним документом для підприємств з індивідуальною формою власності, найчастіше приватних підприємств у сфері малого бізнесу.

У разі створення підприємства з колективною формою організації і ведення бізнесу (найчастіше різного роду товариства, об'єднання підприємств) окрім статуту необхідним є ще й засновницький договір.

Засновницький договір – це угода, укладена між двома або кількома засновниками щодо створення підприємства

Такий договір за своєю суттю є письмовою домовленістю про спільну господарську діяльність з утворенням самостійної юридичної особи. Головний зміст засновницького договору – об'єднання майна, капіталів та зусиль кількох людей для ведення спільної господарської діяльності з метою одержання прибутку.

**Розділ
засновницького
договору**

- преамбула;
- предмет договору;
- назва та місцезнаходження підприємства;
- загальні положення договору;
- юридичний статус фірми;
- статутний фонд і вклади учасників (засновників);
- права та обов'язки учасників (засновників);
- майно підприємства та розподіл прибутку;
- порядок виходу зі складу учасників;
- форс-мажор;
- вирішення суперечок;
- умови припинення договору;
- умови та строки набуття чинності договором;
- інші умови.

Засновницький договір набирає сили з моменту його підписання всіма засновниками підприємства та оформляється простим протоколом їх загальних зборів.

Генеральна тарифна угода є частиною договірною регулювання відносин між роботодавцями (в особі федерації роботодавців) та працівниками (в особі федерації профспілок)

Така угода укладається на міжгалузевому рівні та спрямована на вдосконалення колективно-договірною регулювання соціально-трудових відносин, розвиток соціального партнерства, реалізацію прав і гарантій як працівників, так і роботодавців.

Предметом Генеральної тарифної угоди є:

- 1) диференціація мінімальних тарифних ставок за видами виробництв, робіт у виробничих галузях залежно від важкості праці, але не нижче встановленої державою мінімальної заробітної плати;
- 2) єдині для всієї території України мінімальні ставки компенсаційних доплат за роботу у несприятливих, шкідливих і небезпечних умовах праці, які диференціюються за видами і категоріями умов праці;
- 3) єдині тарифні умови оплати праці робітників і службовців за загальними (наскрізними) професіями та посадами;
- 4) взаємні зобов'язання сторін щодо виконання угоди.

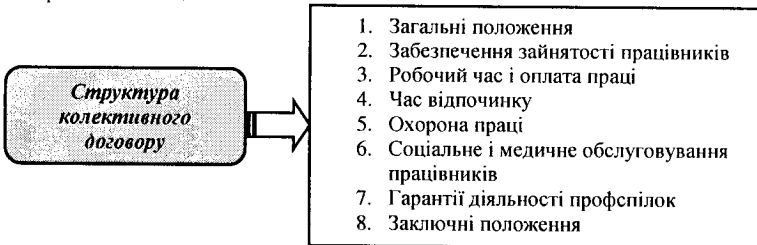


Положення генеральної тарифної угоди мають пряму дію, поширюються на підприємства усіх форм власності, є обов'язковими як мінімальні гарантії для сторін при укладенні колективних договорів, галузевих та регіональних угод.

Колективний договір – це угода між трудовим колективом підприємства в особі профспілки та його адміністрацією або власником, яка регулює їх виробничі, економічні і трудові відносини

У колективний договір включаються додаткові порівняно з чинним законодавством зобов'язання щодо оплати і умов праці працівників, їх соціального захисту, вирішення житлових проблем, надання адміністрацією певних пільг і гарантій тощо.

Разом з тим профспілка підприємства від імені працівників бере на себе зобов'язання щодо дотримання режиму роботи підприємства, реалізації заходів щодо підвищення продуктивності праці, бережливого ставлення до майна та його збереження тощо.



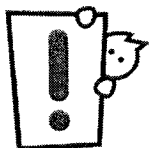
Колективний договір найчастіше переглядається щорічно. Адміністрація підприємства звітує перед трудовим колективом щодо виконання взятих на себе у колективному договорі зобов'язань. Також переглядаються зобов'язання профспілки щодо виконання умов колективного договору.

2. Порядок створення та реєстрації підприємств

Започаткуванню будь-якої справи, в тому числі створенню підприємства, передує прийняття відповідного рішення. В основі такого рішення є певна бізнесова ідея. Саме з неї починається бізнес. Також необхідно знати, хто може займатися підприємницькою діяльністю згідно чинного законодавства, а кому це заборонено. Слід врахувати існуючі обмеження у здійсненні підприємницької діяльності.

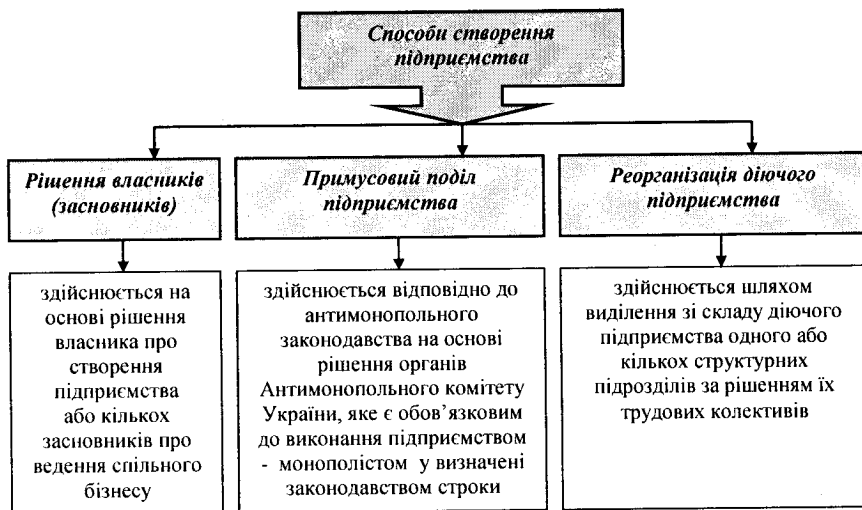
Рішення про створення підприємства приймає власник капіталу. Якщо його в одній особі недостатньо, то здійснюється пошук бізнес-партнерів. Вони,

як правило, виступають у ролі засновників підприємства. Засновники підприємства збираються на *збори засновників*, на яких визначається коло юридичних і фізичних осіб, які входять до його складу. Засновники обирають організаційну форму підприємства, затверджують статут, підписують засновницький договір та уповноважують певну особу *підготувати документи для державної реєстрації підприємства*.



З юридичної точки зору створення підприємства – це затвердження та одержання передбачених законом документів: рішення власника (власників) про створення підприємства, статуту (якщо цього вимагає організаційна форма), документа про державну реєстрацію.

Новостворюване підприємство може потребувати земельної ділянки, що пов'язано з підготовкою документів на землеволодіння або землекористування, визначених законодавством України. Дозвіл на користування земельною ділянкою, а також іншими природними ресурсами видається за рішенням місцевої ради за місцезнаходженням підприємства у порядку, встановленому Земельним кодексом України та іншими нормативно-правовими актами.



Після завершення етапу підготовки необхідних документів підприємство підлягає *державній реєстрації*. Порядок реєстрації підприємств в Україні визначений Законом України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців» (2003 р.).

Цим законом передбачено створення *Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців* (далі – Єдиного державного

реєстру), який функціонує з 01.07.2004 р. Це автоматизована система збирання, накопичення, захисту, обліку та надання інформації про юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців (ФОП). Веденням цього реєстру займаються уповноважені органи *Державної реєстраційної служби України*. У цих органах реєстрація юридичних осіб та ФОП відбувається за принципом *«єдиного вікна»*.

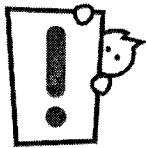
Для реєстрації *підприємства – юридичної особи* до цих органів подаються:

- 1) реєстраційна картка встановленого зрічця, яка одночасно є заявою про державну реєстрацію підприємства та підтверджує волевиявлення особи щодо внесення відповідних даних до Єдиного державного реєстру;
- 2) статут підприємства;
- 3) рішення про створення підприємства (засновницький договір, протокол зборів засновників), крім випадків створення індивідуального приватного підприємства;
- 4) квитанція про сплату реєстраційного збору.

Якщо планується провадити *бізнес без створення юридичної особи*, тобто як ФОП, тоді до органів державної реєстрації подаються такі документи:

- 1) реєстраційну картку встановленого зрічця, яка водночас є заявою про державну реєстрацію підприємця – фізичної особи;
- 2) копію довідки про присвоєння ідентифікаційного номера – фізичної особи – платника податків та інших платежів;
- 3) квитанцію про сплату реєстраційного збору;
- 4) документ, що посвідчує особу.

Державний реєстратор як посадова особа, яка реалізує державну політику у сфері державної реєстрації юридичних осіб та ФОП, здійснює процедуру реєстрації підприємства та видає *єдиний документ*, який підтверджує цю реєстрацію та взяття підприємства на облік в органах державної статистики, державної фіскальної служби, Пенсійного фонду України – виписку з Єдиного державного реєстру.



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 під час здійснення господарської діяльності та відкриття рахунку в банку.

У ній зазначаються:

- назва об'єкта – юридичної особи;
- ідентифікаційний код юридичної особи;
- місцезнаходження юридичної особи;
- прізвище, ім'я, по-батькові осіб, які мають право вчиняти юридичні дії від імені юридичної особи;

- відомості з органів державної статистики, державної фіскальної служби, Пенсійного фонду України із датами взяття на облік, номерами запису та ідентифікаційними кодами відповідних органів;
- дата та номер запису в Єдиному державному реєстрі;
- дата видачі виписки.

Завершальним етапом створення та реєстрації підприємства є *відкриття розрахункового рахунку* у банку за місцем знаходження новоствореного підприємства, виготовлення печатки, кутового штампа, створення ескізу фірмового бланка, сам процес виготовлення цих атрибутів підприємства.

Підприємства мають право створювати на території України та за її межами свої *відокремлені підрозділи без прав юридичної особи*: філії, представництва, відділення тощо з правом відкриття поточних та інших рахунків. Такі підрозділи функціонують на основі положень про них, які затверджуються підприємством. Відкриття зазначених підрозділів не потребує їх реєстрації, «материнське» підприємство лише повідомляє про це орган державної реєстрації шляхом внесення додаткової інформації до своєї реєстраційної картки.

Аналогічно створюються *дочірні підприємства*. За законодавством України право створювати дочірні підприємства мають господарські товариства. Дочірні підприємства реєструються в порядку, встановленому для реєстрації підприємств.

Припинення діяльності підприємства здійснюється шляхом його *реорганізації* (злиття, приєднання, поділу, перетворення) або *ліквідації*. Це може відбутись за рішенням власника (власників), уповноважених ним органів, засновників, а також в окремих випадках за рішенням суду. Процедура припинення діяльності підприємства визначена чинним законодавством України.

3. Класифікація підприємств

Підприємства як організаційні форми господарювання *класифікуються за різними ознаками*. Основи класифікації підприємств закладені у Господарському кодексі України (розділ II).

1. Мета і характер діяльності:

- *комерційні*, метою діяльності яких є одержання прибутку;
- *некомерційні*, які не ставлять собі за мету отримання грошових економічних результатів, *наприклад*, громадські організації, обслуговуючі кооперативи.

2. Форма власності:

- *приватні*, які, в свою чергу, поділяються на *індивідуальні*, засновані на власності однієї особи і функціонують виключно завдяки праці власника без права найму робочої сили; *сімейні*, засновані на власності і праці однієї сім'ї; *приватні*, засновані на власності однієї особи з правом найму робочої сили;

- **колективні** – засновані на власності колективу працівників підприємства, кооперативу, організації або об'єднання громадян; до них належать виробничі кооперативи, підприємства споживчої кооперації, підприємства громадських, релігійних організацій та ін.;
- **комунальні** – засновані на власності громади адміністративно-територіальної одиниці і утворюються уповноваженим органом місцевого самоврядування на базі відокремленої частини комунальної власності і входять до сфери його управління;
- **державні** – засновані на власності держави і утворюються компетентним органом державної влади на базі відокремленої частини державної власності і входять до сфери його управління; *державні підприємства функціонують у двох формах:*
 - *державні комерційні підприємства*, які діють на основі статуту, мають закріплене за ними майно, статутний капітал, утворюють цільові фонди за рахунок прибутку та зобов'язані приймати до виконання державні замовлення і державні завдання;
 - *казенні підприємства* – утворюються за рішенням Кабінету Міністрів України у тих галузях, в яких законодавством дозволена господарська діяльність лише державним підприємствам; цим рішення обумовлюються характер і обсяг основної діяльності підприємства, орган управління підприємством, який затверджує статут підприємства, встановлює виробничі завдання; особливістю таких підприємств є переважаюче виробництво суспільно необхідної, але нерентабельної продукції;
- **змішані**, засновані на змішаній формі власності (на основі об'єднання майна різних форм власності).

3. Спосіб утворення та формування статутного капіталу:

- ❖ **унітарні**, які створюються одним засновником, який виділяє необхідне майно, формує статутний капітал, не поділений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи, здійснює керівництво та ін.; унітарними можуть бути державні, комунальні, колективні та приватні підприємства;
- ❖ **корпоративні**, які утворюються двома або більше засновниками на основі об'єднання майна, їх спільного управління справами на основі корпоративних прав, участі засновників у розподілі доходів та ризиків підприємства; до корпоративних належать кооперативні підприємства, господарські товариства, а також приватні підприємства, засновані на власності двох або більше осіб.

4. Розміри підприємств (за чисельністю працюючих та обсягом валового доходу від реалізації продукції за рік):

- **малі** (незалежно від форми власності), у яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний 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 щодо гривні; ця група підприємств є найбільш чисельною і найбільш динамічно розвивається;

в сучасній економіці малі підприємства виконують важливі функції:

- оперативно реагують на коливання ринкової кон'юнктури;
 - створюють сприятливі умови для конкуренції, послаблюють монополізм;
 - створюють нові робочі місця;
 - насичують ринок товарами і послугами відповідно до мінливих потреб;
 - чутливі до інновацій;
 - є основою формування середнього класу.
- **великі**, у яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний 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 щодо гривні;
перевагами великих підприємств є:
 - економія на масштабах виробництва;
 - кращі технологічні та фінансові можливості для використання досягнень НТП та виробничих ресурсів;
 - більші можливості у сфері обігу;
 - кращі умови для безпосереднього поєднання науки і виробництва;
 - стабільніші та стійкіші, ніж малі і середні підприємства;*недоліки* великих підприємств:
 - потребують для свого створення значних капіталовкладень і затрат часу;
 - негнучкі і неповороткі щодо швидкого оновлення продукції;
 - вимагають великої чисельності робочої сили, що пов'язане із виникненням ряду соціальних проблем;
 - мають громіздку і часто неефективну систему управління;
 - несуть із собою загрозу монополізму.
 - **середні**, які не належать до малих або великих; зосереджуються на виробництві невеликої, але стійкої номенклатури продукції; фактично займають той сегмент економіки, який не вигідний великим і не під силу малим підприємствам; такі підприємства забезпечують конкурентне середовище для великих підприємств, прагнуть зайняти свою нішу у певних ринкових сегментах.

5. Форма господарювання:

- **одноосібні приватні підприємства** – власником є фізична особа або сім'я; отримує дохід (прибуток), несе весь тягар відповідальності за бізнес та ризики;
перевагами такої форми підприємства є:
 - простота заснування;
 - порівняно незначні витрати на засновницько-реєстраційні операції;
 - повна самостійність, оперативність і свобода підприємницьких дій;
 - відносно низькі витрати на організацію виробництва;
 - прибуток повністю належить власникові;*недоліки*:
 - обмежені можливості для розширення капіталу;
 - повна відповідальність за борги;

- відсутність спеціалізованого менеджменту;
- невизначеність терміну функціонування, оскільки підприємство юридично припиняє свою діяльність у разі смерті, позбавлення волі або психічного захворювання одноосібного власника;
- **кооперативні підприємства** – це добровільні об'єднання громадян з метою спільного ведення господарської діяльності та вирішення економічних, соціально-побутових та інших питань; можуть утворюватись у різних галузях – виробничі, житлові, споживчі кооперативи тощо;
перевагами таких підприємств є:
 - збільшення їх економічних можливостей щодо розширення бізнесу;
 - диференціація виконуваних функцій окремими працівниками (виробничих, збутових, адміністративних);*недоліки*: протиріччя економічних та інших інтересів окремих членів кооперативу;
- **орендні підприємства** – створюються з метою здійснення підприємницької діяльності на основі оренди майна існуючого державного або комунального підприємства; орендарем є юридична особа, утворена членами трудового колективу підприємства або підрозділу, майно якого орендується;
переваги:
 - не вимагають значних коштів для придбання майна;
 - мінімізовані ризики за техніко-економічне старіння основних фондів, їх несе орендодавець;*недоліки*: обмежується свобода підприємницької діяльності орендаря, який не є власником майна;
- **господарські товариства** – створені юридичними та (або) фізичними особами шляхом об'єднання їх майна та участі в підприємницькій діяльності з метою одержання прибутку. Господарські товариства є юридичними особами і можуть здійснювати будь-яку підприємницьку діяльність, яка не суперечить законодавству.

Діяльність господарських товариств регулюється Господарським кодексом України та Законом України «Про господарські товариства» (1991 р.).

За ступенем участі партнерів – засновників у діяльності підприємства та відповідальності за її результати розрізняють:

1) акціонерне товариство – господарське товариство, яке має статутний фонд, поділений на визначену кількість акцій однакової номінальної вартості, і несе відповідальність за зобов'язаннями тільки майном товариства, а акціонери несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, в межах вартості належних їм акцій. Весь прибуток акціонерного товариства належить акціонерам і поділяється на дві частини: одна розподіляється серед акціонерів у вигляді дивідендів, друга – це нерозподілений прибуток, що використовується на реінвестування.

Акціонерні товариства можуть бути відкритими або закритими.

Акції *відкритого акціонерного товариства* можуть розповсюджуватись шляхом відкритої підписки та купівлі – продажу на біржах. Акціонери відкритого товариства можуть відчужувати належні їм акції без згоди інших акціонерів і товариств.

Акції *закритого акціонерного товариства* розподіляються між засновниками або серед заздалегідь визначеного кола осіб. Вони не можуть розповсюджуватись шляхом підписки, купуватися або продаватися на біржі.

2) *товариство з обмеженою відповідальністю* – господарське товариство, що має статутний капітал, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами; таке товариство несе відповідальність за своїми зобов'язаннями тільки своїм майном, а учасники товариства можуть понести збитки від його діяльності тільки в межах своїх вкладів;

3) *товариство з додатковою відповідальністю* є господарським товариством, статутний капітал якого поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами; воно несе відповідальність за своїми зобов'язаннями власним майном, а в разі його недостатності учасники товариства несуть солідарну відповідальність у розмірах, кратних до вкладу кожного із них;

4) *повне товариство* – це господарське товариство, всі учасники якого відповідно до укладеного між ними договору здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства і несуть додаткову солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном;

5) *командитним товариством* є господарське товариство, в якому один або декілька учасників здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і несуть за його зобов'язаннями додаткову солідарну відповідальність усім своїм майном (повні учасники), а інші учасники беруть участь в діяльності товариства лише своїми вкладами.

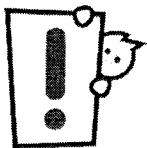
Учасниками повного або командитного товариства можуть бути лише особи, зареєстровані як суб'єкти підприємництва.

Перевагами господарських товариств є:

- більш широкі можливості для розширення виробництва;
- збільшення фінансової незалежності та дієздатності шляхом злиття капіталів партнерів;
- можливість залучення до управління професійних менеджерів;
- для акціонерних товариств – реальна можливість залучення необхідних інвестицій через ринок цінних паперів, акціонери не можуть зазнати більших втрат, ніж ними було вкладено в акції.

Недоліками господарських товариств є:

- виникають протиріччя між інтересами партнерів, що спричиняє малоєфективну діяльність, а колективний менеджмент – негнучке управління;
- для акціонерних товариств – є розбіжності між функціями власності та контролю, виникають суперечності між акціонерами та менеджерами, має місце подвійне оподаткування (спочатку прибутку акціонерного товариства, а потім дивідендів акціонерів).



Установчими документами акціонерного товариства, товариства з обмеженою відповідальністю і товариства з додатковою відповідальністю є статут, а повного товариства і командитного товариства – засновницький договір.

Для акціонерних товариств Законом України «Про господарські товариства» передбачені обов'язкові вимоги до змісту їх установчих документів, а саме:

- вид товариства;
- предмет і мета діяльності;
- склад засновників і учасників (членів);
- повна назва і місцезнаходження;
- розмір і порядок формування статутного капіталу товариства;
- порядок розподілу доходів та збитків;
- склад і компетенції органів управління;
- порядок прийняття рішень щодо внесення змін у документи про заснування, а також про ліквідацію або реорганізацію товариства.

Статут акціонерного товариства повинен містити відомості про види акцій, що випускаються, їх номінальну вартість, співвідношення акцій різних видів, кількість акцій, що купуються засновниками, наслідки невиконання зобов'язань по викупу акцій.

В установчих документах *товариства з обмеженою відповідальністю*, крім відомостей, які є однаковими для обох видів товариств, слід подати інформацію про розмір частки кожного з учасників, про розмір, склад та порядок вкладення ними (учасниками) внесків.

У документах обох видів товариств відображається порядок участі акціонерів в управлінні, внесення додаткових коштів, розподіл прибутку, величина резервного фонду.

Поряд з наведеною вище класифікацією підприємств, вони можуть поділятися за *іншими класифікаційними ознаками, наприклад*, національна належність капіталу (національні, підприємства з іноземними інвестиціями, іноземні), галузево-функціональні види (промислові, торгівельні, сільськогосподарські, транспортні, лізингові тощо), тип виробництва (одиничне, серійне, масове) та ін.

Гонитва за прибутком - єдиний спосіб, за допомогою якого люди можуть задовольняти потреби тих, кого вони зовсім не знають.

Фрідріх Хаек

4. Форми об'єднання підприємств, їх характеристика

Підприємницькі структури мають право на добровільних засадах об'єднувати свою інноваційну, виробничу, маркетингову, постачальницько-збутову, фінансову та соціальну діяльність.

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

Залежно від порядку заснування об'єднання підприємств можуть утворюватись як *господарські об'єднання*, або як *державні (комунальні) господарські об'єднання*. *Господарські об'єднання є добровільними, а державні (комунальні) – інституційними.*

Господарське об'єднання – це об'єднання підприємств, утворене за ініціативою підприємств, незалежно від їх виду, які на добровільних засадах об'єднали свою господарську діяльність. Господарські об'єднання діють на основі установчого договору та (або) статуту, які затверджуються їх засновниками.

Державне (комунальне) господарське об'єднання – це об'єднання підприємств, утворене державними (комунальними) підприємствами за рішеннями Кабінету Міністрів України, міністерств або органів місцевого самоврядування. Таке підприємство діє на основі рішення про його утворення і статуту, який затверджується органом, що прийняв рішення про утворення об'єднання.

Для об'єднань підприємств характерною є *особлива система відносин власності і взаємних зобов'язань*. Підприємства – учасники об'єднання зберігають статус юридичної особи та свій суверенітет у господарській діяльності. Вони, як правило, не відповідають за зобов'язаннями об'єднання, а останнє не відповідає за зобов'язаннями підприємств – учасників.

Підприємства – учасники господарського об'єднання мають право одержувати частину прибутку від комерційної діяльності об'єднання відповідно до його статуту, вийти зі складу об'єднання, а також бути членом інших об'єднань підприємств.

Об'єднання підприємств виконує лише ті функції і має лише ті повноваження, які делеговані йому добровільно підприємствами - учасниками.

Вищим органом управління господарським об'єднанням є *загальні збори учасників*, а управління його поточною діяльністю здійснює колегіальний чи одноособовий виконавчий орган відповідно до статуту.

Господарські об'єднання мають право утворювати за рішенням їх вищого органу управління філії, представництва, а також бути засновником господарських товариств.

Припинення діяльності об'єднання підприємств відбувається в результаті його реорганізації в інше об'єднання або ліквідації за рішенням підприємств - учасників.

Організаційно-правовими формами об'єднання підприємств є:

❖ **Асоціація** – найпростіша форма договірної 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 тощо).

Асоціація утворюється на основі об'єднання підприємствами фінансових та матеріальних ресурсів для задоволення своїх господарських потреб. У статуті асоціації повинно бути зазначено, що вона є господарською асоціацією. Асоціація не має права втручатись у господарську діяльність підприємств – учасників, а тільки може представляти їх інтереси у відносинах з органами влади, іншими підприємствами та організаціями.

❖ **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.

Особливостями корпорації є:

- збереження фінансової та юридичної незалежності підприємств, які об'єдналися у корпорацію;
- делегування учасниками корпорації її органам управління частини повноважень щодо централізованого виконання певних функцій в інтересах кожного учасника;
- кооперування у виробництві товарів, координація основної господарської діяльності учасників корпорації та ін.

❖ **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, реалізація цільової програми, науково-технічного проекту та ін.

Консорціум використовує кошти, наділені його учасниками, а також централізовані ресурси, виділені для реалізації проекту або програми. Після досягнення поставленої мети консорціум припиняє свою діяльність.

❖ **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.

Найчастіше при утворенні концернів використовується принцип диверсифікації виробництва. Учасники концерну втрачають свою самостійність та наділяють об'єднання частиною своїх повноважень, у

тому числі правом представляти їх інтереси у відносинах з органами влади, іншими господарськими суб'єктами.

Учасники концерну не можуть бути одночасно учасниками іншого концерну. В сучасних умовах значно розширюється мережа міжнародних концернів.

- ❖ **Холдингова компанія** – суб'єкт господарювання, який володіє контрольним пакетом акцій дочірніх підприємств, які є учасниками асоційованого підприємства (господарської організації).

Асоційовані підприємства – це група 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.

- ❖ **Промислово-фінансова група (ПФГ)** – об'єднання, яке створюється за рішенням Кабінету Міністрів України на певний строк з метою реалізації конкретної державної програми розвитку пріоритетних галузей виробництва, структурної перебудови економіки, активізації інвестиційно-інноваційних процесів, підвищення ефективності діяльності підприємств, їх конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках.

До складу ПФГ можуть входити промислові та інші підприємства, наукові, проектні та інші установи і організації різних форм власності, серед яких виділяється *головне підприємство*, що має виключне право діяти від імені ПФГ. При цьому головним підприємством не може бути банк, фінансово-кредитна установа.

Підставою для створення ПФГ є генеральна угода про спільну діяльність. Промислово-фінансова група не є юридичною особою і не підлягає державній реєстрації як суб'єкт господарювання, її діяльність визначається відповідним законодавством.

Перевагами ПФГ є можливість здійснення контролю за циклами виробництва та розподілу продукції з одного центру, змога конкурувати на ринках з найпотужнішими світовими компаніями.

Недоліком є можливість і велика спокуса утворювати монополії на ринку, а це вимагає застосування до ПФГ антимонопольного регулювання з боку держави.

Крім охарактеризованих до об'єднань підприємств належать *синдикати, картелі, трести*, але вони не мають масштабного розповсюдження в умовах вітчизняної економіки, тому їх особливості та специфіку функціонування можна дослідити самостійно.

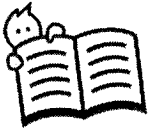
Таким чином, об'єднання підприємств дозволяють більш ефективно вирішувати виробничі, соціальні та інші завдання, які постають перед окремими підприємствами, дозволяють більш раціонально використовувати наявні ресурси, розширювати можливості їхньої господарської діяльності.



Питання для самоконтролю

1. Поясніть відмінність між статутом підприємства і засновницьким договором та сферами їх використання.
2. Чи регулюється Генеральною тарифною угодою чисельність персоналу і штатний розпис працівників підприємства?
3. Охарактеризуйте роль профспілки при укладанні колективного договору на підприємстві.
4. Чи може підприємство утворитись шляхом примусового поділу на вимогу колективу працівників підприємства або його частини?
5. Які дані містить витиска із Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців?
6. Чим відрізняються колективні і комунальні підприємства з точки зору форми власності?
7. Охарактеризуйте основні недоліки господарських товариств.
8. Як розподіляється прибуток акціонерних товариств?
9. «У статуті корпорації відображені повноваження та відповідальність керівного її органу у період між черговими скликаннями представників учасників корпорації». Чи вірним є це твердження? Поясніть.
10. Для якої форми об'єднання підприємств характерним є володіння одним із суб'єктів господарювання контрольним пакетом акцій інших підприємств?

Література



1. Афанасьев Н.В. Управление развитием предприятия: монография / Н.В. Афанасьев, В.Д. Рогожин, В.И. Рудыка. – Харьков: ИНЖЭК. – 2003. – 184 с.
2. Бабій І.В. Особливості формування типів і форми реструктуризації промислових підприємств. / І.В. Бабій, – 2011. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pu.if.ua/depart/Finances/resource/file...pdf>
3. Бережна М.С. Сучасні організаційно-правові форми функціонування підприємств у сфері реального сектору економіки. / М.С. Бережна. – 2013. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_4_005.pdf
4. Бойчик І.М. Економіка підприємства: навч. посіб. – Вид. 2-ге, доп. і перер./ І.М. Бойчик. – К.: Атіка, 2006. – 528 с.
5. Виноградська А.М. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку монографія / А.М. Виноградська. – К.: ЦНЛІ, 2004. – 807 с. – [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://www.big-library.com.ua/book/97_Kommerciine_pidpriemnictvo_sychasni_stan_strategii_rozvitku
6. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. (ред. від 12.08.2015 р.). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
7. Гурська О.М. Групи підприємств в Україні: структура, мета формування та проблеми обліку. / О.М. Гурська. – 2012. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiiirbis_64.exe?...

8. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 07.06.1996 р. (ред. від 13.01.2009 р.). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/236/96-вр>
9. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 р. (ред. від 11.08.2013 р.) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>
10. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.1991 р. (ред. від 06.11.2014 р.) - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>
11. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. (ред. від 05.12.2012 р.). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/go/40-15
12. Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців» від 15.05.2003 р. (ред. від 13.08.2015 р.). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/755-15>
13. Закон України «Про господарські товариства» від 19.09.1991 р. (ред. від 14.05.2015 р.). - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1576-12>
14. Іванілов О.С. Економіка підприємства: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / О.С. Іванілов. – К.: ЦУЛ, 2009. – 728 с.
15. Конституція України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1996, № 30.
16. Кримінальний кодекс України від 16.03.2003 р. (ред. від 12.08.2015 р.) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2341-14>
17. Мошак О.В. Законодавчо-нормативне забезпечення діяльності підприємств агропромислової сфери. / О.В. Мошак // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. – 2014. – Вип.2 (43). – С.53-57.
18. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. (ред. станом на 13.08.2015 р.). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
19. Сардак С.Е. Науково-методичні основи управління розвитком виробництва у національній економіці: монографія / С.Е. Сардак, В.В. Джинджоян. – Дніпропетровськ: Інновація. – 2010. – 175 с.
20. Скриль В.В. Мета та особливості створення підприємств з іноземними інвестиціями. / В.В. Скриль, А.В.Шикіло // Ефективна економіка. Електронне фахове видання. – 2014 р. – 12. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3649>
21. Скрипюк О.В. Переваги та недоліки побудови франчайзингових систем в Україні. / О.В. Скрипюк // Ефективна економіка. Електронне фахове видання. – 2011. – № 12. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/index.php?operation=1&iid=857>
22. Суховатий О.В. Особливості реалізації франчайзингу в Україні / О.В. Суховатий // Проблеми науки. – 2007. – № 2. – С.14-18.
23. Щербина В.С. Господарське право: підруч. – 4-те вид., перер. і доп. / В.С. Щербина. – К.: Юрінком Інтер, 2009. – 640 с.
24. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 (ред. від 12.08.2015 р.) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15>
25. Яненкова І.Г. Законодавче забезпечення діяльності підприємств. / І.Г. Яненкова // Наукові прац. ацЕкономіка. – 2012. – Вип.177. Т.189. – С.81-86.

ТЕМА 4. ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ГОСПОДАРЮВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Питання для теоретичної підготовки

1. Середовище функціонування підприємства, його структура.
2. Внутрішнє середовище підприємства.
3. Макросередовище господарювання підприємств.
4. Мікросередовище підприємства, його елементи.
5. Аналіз зовнішнього середовища підприємства.

**Ключові
терміни і
поняття**

середовище функціонування підприємства, макросередовище, мікросередовище, внутрішнє середовище підприємства, виробничий потенціал підприємства, компоненти макросередовища підприємства, п'ять конкурентних сил М.Портера, SWOT-аналіз, PEST-аналіз, сканування зовнішнього середовища, моніторинг зовнішнього середовища

Бізнес – це вміння приймати правильні рішення в умовах невизначеності
Акіома Гарвардської школи бізнесу

1. Середовище функціонування підприємства, його структура

Проведення бізнесу відбувається в певних умовах, які можуть по різному впливати на нього. Такі умови створюють середовище функціонування бізнес-структур.

Середовище функціонування підприємства є сукупністю певних чинників і обставин, які знаходяться як усередині, так і поза ним, і впливають на прийняття рішень

Підприємство може ефективно функціонувати в тому випадку, коли умови середовища є сприятливими для цього, тобто взаємодія таких його елементів, як мета, цілі, завдання, структура, технології, персонал, а також оточення, до якого воно пристосовується, призводять до позитивного економічного та інших ефектів (соціального, екологічного).

На сьогоднішній день не існує чіткого визначення поняття і структури середовища функціонування підприємства, тому є кілька підходів до його розуміння.

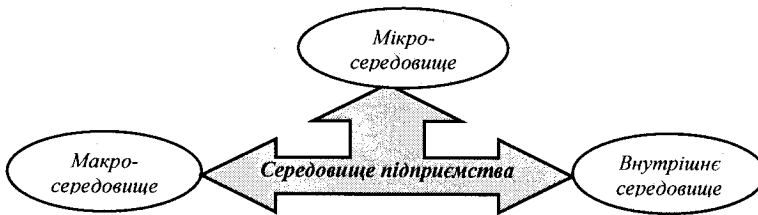
Ієрархічна модель середовища розглядає підприємство в системі ієрархічно розташованих елементів: підприємство – сегмент ринку – галузь – національна економіка – світове господарство.

Існують різновиди цієї моделі, розроблені різними авторами:

- 1) *модель ієрархічної структури середовища*, яка виділяє три рівні середовища: внутрішнє, середовище завдань, загальне середовище (У. Ділл, А. Томпсон);
- 2) *модель ієрархічної структури середовища, розвинута як всередині підприємства, так і ззовні* (виділення верхнього і низового рівнів всередині підприємства, а також побудова ієрархії корпоративних стратегій) (Л. Буржуа);
- 3) *екологічна модель середовища* (виділення головного елемента, який впливає на розвиток підприємства, – обмежені ресурси, за які найбільше конкурують між собою підприємства галузі) (Г. Олдріч);
- 4) *модель галузевої конкуренції* (розгорнута характеристика елементів безпосереднього оточення підприємства) (М. Портер).

Неієрархічна модель середовища (Дж. Гелбрейт) передбачає розгляд елементів середовища, які знаходяться поза підприємством, пов'язані між собою, але не підпорядковані один одному. При цьому виділяють елементи, які впливають на визначення цілей підприємства, розподіл його ресурсів, означення місця на ринку.

Найпростіше структуру середовища підприємства можна представити сукупністю **трьох елементів**:



Сукупність макро- і мікросередовища підприємства є зовнішнім середовищем його функціонування.

Макросередовищем підприємства називають загальним середовищем, яке впливає на діяльність будь-яких підприємств та організацій в державі.

Мікросередовище – це безпосереднє оточення підприємства, його ще називають операційним середовищем, саме з його елементами безпосередньо взаємодіє підприємство.

Внутрішнє середовище – це частина середовища підприємства, яка заходиться всередині нього і також має складну структуру.

Зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства тісно взаємопов'язані: з одного боку, підприємство формує своє внутрішнє середовище під впливом та на основі врахування чинників зовнішнього середовища, з іншого –

підприємство адаптується до зовнішнього середовища за допомогою чинників внутрішнього середовища.

Залежно від сили впливу кожного елемента середовища підприємства, один або кілька з них можуть бути домінуючими і впливати на його функціонування. Для забезпечення ефективної діяльності господарюючого суб'єкта їх взаємодія має бути збалансованою.

2. Внутрішнє середовище підприємства

Внутрішнє середовище підприємства є сукупністю чинників, які створюються та контролюються ним, визначають його внутрішній стан, сильні і слабкі сторони, значною мірою впливають на ефективність його функціонування

Складові (чинники) внутрішнього середовища підприємства визначаються його місією, стратегічними цілями і завданнями.

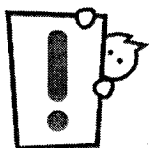
*Основні чинники
внутрішнього середовища
підприємства*

- виробничий потенціал
- кадровий потенціал
- організаційна структура і культура
- конкурентоспроможність продукції та конкурентний потенціал
- маркетинговий потенціал
- організація виробництва і праці
- мотиваційні механізми
- фінансовий потенціал
- екологічність виробництва
- соціальна ефективність
- інформаційні можливості
- імідж підприємства та ін.

Сукупність усіх перелічених елементів, їх взаємодія та узгодженість відображає *загальний економічний потенціал підприємства*.

Для реалізації підприємством своїх цілей на ринку ключовим чинником є виробничий потенціал підприємства. За відсутності виробничого потенціалу немає потреби ні в маркетинговому (нові ринки збуту не потрібні, якщо немає потужностей для випуску більшої кількості продукції), ні в кадровому (немає змісту навчати персонал, якщо використовується старе обладнання) та інших видах потенціалу.

Виробничий потенціал підприємства – це сукупність матеріально-речових і вартісних елементів його виробничої бази, яка відображає наявні та приховані можливості підприємства щодо випуску продукції у максимальному обсязі, відповідної якості та номенклатури



Виробничий потенціал за своєю структурою є сукупністю потенціалу засобів виробництва, природних ресурсів, техніко-технологічної та інноваційної бази.

Потенціал засобів виробництва формується з потенційних можливостей підприємства по використанню:

- землі;
- основних фондів (машин і устаткування, приладів, виробничих площ та ін.);
- оборотних фондів (предметів праці, які перебувають у різних формах та на різних стадіях обороту);
- нематеріальних активів (прав на об'єкти інтелектуальної власності);
- технологічного персоналу (здатності робітників виконувати роботи певної складності, виготовляти продукцію тощо).

Потенціал природних ресурсів відображає можливості підприємства використовувати у своїй виробничо-господарській діяльності певні природні багатства (вода, сонце, вітер, корисні копалини тощо).

Потенціал техніко-технологічної бази як елемента виробничого потенціалу складається з можливостей підприємства по організації прогресивних основних і допоміжних виробничих процесів, використанню виробничих потужностей, прогресивних технологій.

Потенціал інноваційної бази – це можливості підприємства щодо впровадження нових ідей та розробок у сфері технічного оновлення виробництва, випуску нових видів продукції, організації виробництва та управління.

Виробничий потенціал підприємства має такі властивості:

- ❖ **цільспрямованість** – виявляється у здатності виготовляти кінцевий продукт із певним рівнем ефективності; якщо цільові характеристики потенціалу збігаються з вимогами до нього щодо виготовлення конкретного продукту, то використання виробничого потенціалу підприємства буде з найвищими показниками ефективності;
- ❖ **цільність** – означає, що всі елементи виробничого потенціалу мають бути спрямовані на виконання підприємством його загальної цільової функції;
- ❖ **взаємозв'язок та взаємозалежність** складових елементів виробничого потенціалу підприємства – необхідна умова забезпечення його системної цілісності, оскільки тільки узгодженість у функціонуванні дає змогу досягти певного синергічного ефекту;
- ❖ **альтернативність, взаємозамінність** елементів виробничого потенціалу підприємства – базується на тому, що існують різні способи здійснення окремих операцій, в яких різні складові виробничого потенціалу можуть використовуватися у певному співвідношенні; взаємозамінність елементів виробничого потенціалу дозволяє досягати їх збалансованої рівноваги, що, у свою чергу, визначає віддачу цього потенціалу, а також швидкість реакції на зміни у середовищі;

- ❖ *складність формування* виробничого потенціалу підприємства, яка обумовлена наявністю кількох його складових, кожна з яких має свою структуру;
- ❖ *самовідтворюваність* – полягає у властивості його як системи повторювати діяльність завдяки складній системі зворотних зв'язків, тобто руху інформаційних ресурсів;
- ❖ *відкритість*, зв'язок із зовнішнім середовищем – пов'язана із місцем підприємства на ринку;
- ❖ *кількісна вимірюваність* – є вимогою щодо кількісного оцінювання наявного виробничого потенціалу та можливості порівняння його з аналогічними показниками інших підприємств;
- ❖ *масштаб потенціалу* – визначає місце та роль підприємства у галузі, регіоні, країні; разом з кількісною оцінкою виробничого потенціалу підприємства дозволяє визначити сукупний потенціал промисловості, сільського господарства тощо.

Особливості формування виробничого потенціалу підприємства полягають в тому, що:

- 1) виробничий потенціал відображає максимальний обсяг продукції, який може виробити підприємство за встановленою номенклатурою та асортиментом;
- 2) носієм виробничого потенціалу є виробнича система підприємства як основа розвитку фінансового, маркетингового, інформаційного, кадрового та інших потенціалів;
- 3) виробнича система обумовлює склад, структуру і масштаби усіх інших елементів загального потенціалу підприємства;
- 4) від виду продукції підприємства залежать одиниці виміру виробничого потенціалу за певний проміжок часу (натуральні, умовно-натуральні, *наприклад*, тонни, кіловат-години, тонно-кілометри, штуки, метри та ін.);
- 5) формування та взаємозв'язок елементів виробничого потенціалу підприємства відбувається за ланцюжком: виріб – масштаб виробництва – технологія – технічний рівень виробництва – вимоги до виробничого персоналу;
- 6) оцінка виробничого потенціалу підприємства здійснюється його керівником, власником, конкурентами, в окремих випадках, державою (якщо підприємство виробляє стратегічно важливу для держави продукцію або підприємство є державним).

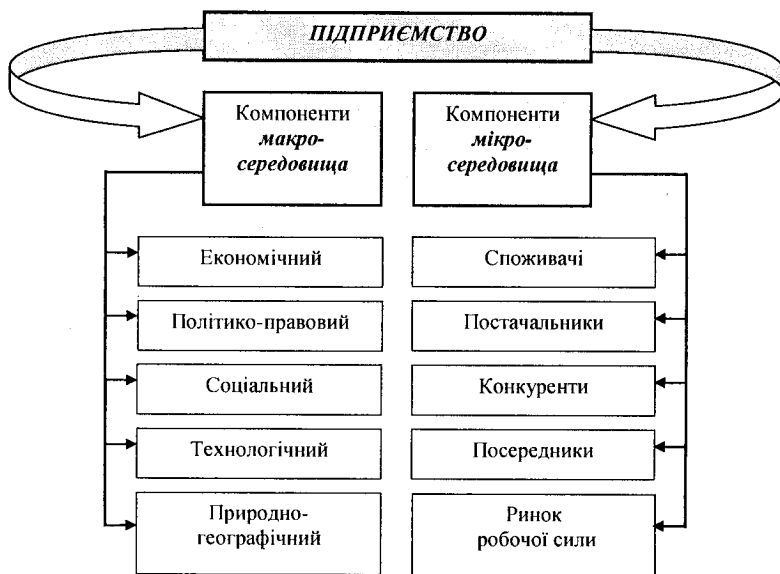
3. Макросередовище господарювання підприємств

Зовнішнє середовище підприємства як сукупність його макро- та мікросередовища містить такі елементи, які опосередковано або безпосередньо впливають на його функціонування та місце на ринку.

Макросередовище підприємства є середовищем непрямого впливу, яке складається з елементів, не пов'язаних з підприємством безпосередньо, але які мають вплив на формування загальної атмосфери бізнесу

Макросередовище іноді називають «екологією фірми», воно не є середовищем безпосередніх контактів підприємства.

Макросередовище постійно впливає на підприємства, створюючи для них нові можливості або нові загрози. Підприємство має добре орієнтуватись у значній кількості чинників (компонентів) макросередовища, стежити за його змінами та реагувати на них. При виникненні загрози зі сторони окремих чинників макросередовища підприємству слід вжити кардинальних заходів щодо пом'якшення їх негативного впливу.



1. Економічний компонент макросередовища дозволяє зрозуміти, як формуються і розподіляються ресурси. Ці питання є життєво важливими для підприємства, оскільки доступ до ресурсів впливає на його стан.

Вивчення економічного середовища передбачає аналіз таких показників: величини ВВП, темпів інфляції, рівня безробіття, процентної банківської ставки, продуктивності праці, норм оподаткування, платіжного балансу тощо.

Також важливо дослідити загальний рівень економічного розвитку, природні ресурси, клімат, рівень розвитку конкуренції, структуру населення, рівень кваліфікації робочої сили та рівень заробітної плати.

Аналіз економічного компонента повинен бути спрямований не на окремі його складові, а на комплексну його оцінку.

2. Політико-правовий компонент. Політичне середовище включає всі дії влади, які впливають на бізнес і можуть реалізовуватись через офіційне законодавство, засоби конкурентної політики та регулювання.

Політико-правовий компонент як складова макроточення підприємства повинна вивчатись для того, щоб мати уяву про наміри органів державної влади щодо розвитку суспільства і про засоби, за допомогою яких держава має ці наміри реалізувати.

Вивчення політичного компонента повинно спрямовуватись на *базові характеристики політичної системи* (ідеологію уряду, умови стабільності та дієздатність уряду, відношення уряду до різних галузей економіки та різних регіонів, рівень суспільного незадоволення, силу опозиційних політичних структур), на *програми*, які пропонують реалізовувати різні партійні структури, на *зміни* в економіці, які можуть настати в результаті впровадження нових законів і норм.

Правова складова макросередовища передбачає вивчення законів та інших нормативних актів, дає можливість підприємству визначити для себе юридичні рамки діяльності та методи відстоювання своїх інтересів.

Важливо звертати увагу на такі аспекти правового середовища, як дієвість правової системи, динамізм правового середовища, ступінь правової захищеності підприємств, громадян, механізм застосування санкцій у разі порушення підприємствами правових норм.

Прийняття законів та інших нормативно-правових актів може впливати не лише на один, а й на кілька компонентів макросередовища підприємства, *наприклад*, законодавчо закріплена зміна розміру мінімальної заробітної плати збільшує витрати підприємств та є складовою економічного компонента макросередовища.

3. Соціальний компонент макросередовища часто називають соціально-культурними чинниками впливу на бізнес. Вивчення соціального компонента спрямоване на те, щоб уявити вплив на бізнес таких соціальних явищ і процесів: якість життя, відношення людей до праці, звичаї, традиції та віри, які існують в суспільстві, суспільні цінності, демографічна структура суспільства, ріст чисельності населення, рівень освіченості, мобільність людей.

Особливість цього компонента в тому, що він впливає як на інші компоненти макросередовища, так і на внутрішній стан підприємства.

Крім того, соціальні процеси змінюються досить повільно і це також потрібно враховувати підприємствам.

4. Технологічний компонент макросередовища дозволяє побачити ті можливості, які існують для виробництва нової, вдосконалення наявної

продукції, для модернізації технології виробництва і збуту, розвитку науки і техніки.

Підприємства, які не в змозі передбачити змін, пов'язаних з науково-технічним прогресом, й іти в ногу з ним, незабаром відстануть від потреб ринку зі своєю безнадійно застарілою продукцією. Знаходиться на належному рівні науково-технічного прогресу сьогодні для багатьох підприємств стає набагато складніше, адже час життя нових технологій значно скоротився.

Багатьом підприємствам важко побачити нові перспективи, оскільки їх технічний потенціал є досить обмеженим. Підприємства повинні постійно стежити за науково-технічним середовищем, щоб не прогавити новий продукт, технології, матеріали і пов'язані з ними можливості. Запізнившись з модернізацією, підприємство може втратити значну долю ринку.

Для підприємств певним вирішенням цієї проблеми є придбання на ринку розробок і технологій, здійснених у високотехнологічних галузях.

Оцінити цей компонент середовища можна за витратами на науково-дослідні розробки, ступенем захисту інтелектуальної власності в державі, державною політикою в галузі науково-технічного прогресу та інновацій та ін.

5. Природно-географічний компонент макросередовища підприємства включає природні властивості регіону (клімат, рельєф, наявність природних водойм, рік тощо), забезпеченість енергією, корисними копалинами та іншими природними ресурсами, якість ґрунтів, повітря, води та ін.

Особливу складову цього компонента становлять екологічні чинники, основними з яких є: обсяги викидів у середовище шкідливих та отруйних речовин, рівень електромагнітного, радіаційного, теплового впливу на середовище, надійність та соціально-екологічна безпека виробничих систем, великих техногенних утворень (гідротехнічних споруд, газо-, нафтопроводів, тунелів тощо), кількість та якість продукції, яка виробляється, її безпечність та утилізаційна придатність, стан природного середовища, в якому знаходиться підприємство та ін.

Компоненти макросередовища підприємства цим переліком не обмежуються; дехто окремо виділяє міжнародні, ринкові, політичні та інші чинники.

Розглянуті компоненти макросередовища відносно того чи іншого підприємства відіграють неоднакову роль і можуть залежно від обставин впливати на його діяльність позитивно, негативно або залишитися нейтральними. Склад компонентів, їх варіації, пріоритети і значимість залежать від цілей підприємства, видів його діяльності, організаційної та виробничої структури, складності виробничо-господарських і комерційних зв'язків, а також від конкретних ситуацій, у яких може опинитися підприємство.

На встановлення кола найбільш значимих для підприємства чинників зовнішнього середовища впливають його розміри.

З одного боку, великі підприємства мають можливість більше контролювати зовнішнє середовище, ніж невеликі. Вони можуть в певній мірі «нейтралізувати» вплив зовнішнього середовища на їх діяльність. Тому деякі

елементи зовнішнього середовища для великого підприємства є менш значними, *наприклад*, стабільні, добре налагоджені контакти з постачальниками дають переваги перед конкурентами, фінансові переваги є важливими для освоєння нових технологій тощо.

З іншого боку, великі підприємства менш рухливі та гнучкі порівняно з малими і тому повинні добре орієнтуватись у зовнішньому середовищі для завчасної підготовки до майбутніх змін. Також великі підприємства несуть більшу відповідальність перед суспільством в цілому, населенням певних регіонів (*наприклад*, містоутворюючі підприємства), споживачами і т.д.

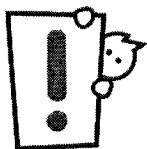
4. Мікросередовище підприємства, його елементи

Елементами зовнішнього середовища підприємства, які взаємодіють з ним на відстані «втягнутої руки» є його мікросередовище.

Мікросередовище – це середовище прямого впливу на підприємство, учасники ринку, які безпосередньо контактують з підприємством

1. Споживачі. Підприємство може визначити перелік споживачів, які є покупцями його продукції, а також виявити, яка саме продукція найкраще сприймається споживачами, на який обсяг продажу можна розраховувати, на скільки можна розширити коло споживачів, які перспективи має продукція підприємства та ін.

Перелік (його ще називають «профіль») споживачів може бути складений за такими характеристиками: географічне розташування, демографічні характеристики (вік, освіта, сфера діяльності та ін.), соціально-психологічні характеристики (стиль поведінки, смаки, звичаї), відношення споживача до продукту.



Сила впливу покупців на підприємство залежить від обсягу закупівель покупцем, рівня його поінформованості, наявності товарів-замінників, суб'єктивних уподобань і прихильності покупця до товару.

2. Постачальники. В поле зору потрапляють ті суб'єкти, які постачають підприємству сировинно-матеріальні, енергетичні, інформаційні та фінансові ресурси. Від цих ресурсів залежить ефективність роботи підприємства, собівартість та якість продукції.

При вивченні постачальників слід звернути увагу на такі характеристики їх діяльності: вартість товарів, які постачаються, гарантія його якості, часовий графік постачання товарів, пунктуальність та обов'язковість виконання умов поставки товарів.

3. Конкуренти – це ті підприємства, з якими підприємство бореться за покупця і ресурси. Вивчення конкурентів спрямоване на те, щоб виявити слабкі

і сильні сторони конкурентної боротьби. Конкурентне середовища формується не лише внутрішньогалузевими конкурентами, а й тими, які можуть ввійти на ринок або виготовляти товари – замітники.

Деякі підприємства не приділяють належної уваги конкурентам і тому часто програють їм. Для запобігання входженню на ринок конкурентів, повинні створюватись відповідні входні бар'єри (*наприклад*, спеціалізація, нижчі витрати, ефект від масштабу, контроль каналів розподілу тощо).

4. Посередники – це підприємства і фірми, які «допомагають» підприємству-виробнику просувати свою продукцію на ринку. Вони можуть займатись дослідженням ринку (маркетингові фірми), фізичним переміщенням товарів від виробника до споживачів (логістичні фірми), збутом продукції гуртовим або роздрібним покупцям (торгівельні посередники), організують маркетингові комунікації підприємства (рекламні агентства).

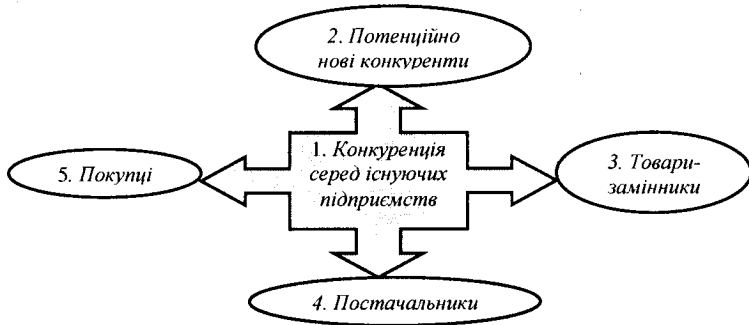
Роль кожного з названих елементів в процесі функціонування підприємства залежить від специфіки його продукції, масштабів та географії виробництва, фінансових можливостей виробника, смності ринку тощо. *Наприклад*, потужні підприємства, які працюють на загальнодержавному або зовнішньому ринках, потребують розвиненої логістичної ринкової підсистеми; підприємства, які хочуть вивести на ринок нові продукти, тісно співпрацюють з маркетинговими фірмами та рекламними агентствами та ін.

5. Ринок робочої сили. Досліджується для того, щоб виявити потенційні можливості для забезпечення підприємства кадрами. Слід вивчити ринок на предмет наявності на ньому робочої сили необхідної спеціалізації та кваліфікації, рівня освіти, віку, статі; вартості робочої сили; політики профспілок, що мають вплив на даний ринок.

Крім зазначених суб'єктів безпосереднього оточення підприємства, до його мікросередовища також належать *фінансово-кредитні установи* (забезпечують підприємству покриття тимчасової потреби у грошових коштах шляхом кредитування), *державні органи* (здійснюють контроль за дотриманням законодавства, забезпечують контроль та координування діяльності державних підприємств, взаємовідносини з місцевою адміністрацією), *громадськість* (організації, люди, які впливають на досягнення підприємством поставлених цілей: ЗМІ, фонди та громадські організації, широка громадськість).

Однією з найпотужніших зовнішніх сил з безпосереднього оточення підприємства є конкуренти, які функціонують в даній галузі.

Стан конкуренції в галузі можна аналізувати за моделлю *п'яти конкурентних сил М.Портера*.



Модель п'яти сил конкуренції М.Портера

1. *Конкуренція між існуючими в галузі підприємствами* з'являється внаслідок того, що в одного або кількох з них є можливість краще задовольнити потреби споживачів. До засобів конкурентної боротьби можна віднести: більш низькі ціни, кращі характеристики товару, краще обслуговування споживачів, спеціальний механізм просування товару, використання слабостей конкурентів.

В галузевій конкуренції виявляються сильні і слабкі сторони підприємства-виробника, *наприклад*, сильними сторонами можуть бути концепція товару, його якість, вартість, розгалужена торгівельна мережа, передпродажна підготовка та після продажне обслуговування, фінанси.

2. *Потенційні нові конкуренти*, які приходять з інших галузей, мають значні ресурси, виробничі потужності, бажання закріпитись на даному ринку. Їх проникненню на ринок можуть перешкоджати такі чинники: економія на масштабах, неможливість доступу до технологій і ноу-хау, прихильність споживачів до певних марок, необхідний обсяг капіталовкладень, доступ до каналів збуту тощо.

3. *Товари-замінники*. Взаємозамінними товарами (субститутами) називають товари, здатні задовольнити одні й ті ж потреби покупців і для яких виконуються такі умови: зростання продажу одного товару спричинює падіння продажу іншого (*наприклад*, скутер і мотоцикл); на один з них знижуються ціни, і це призводить до скорочення попиту на інший товар-замінник (*наприклад*, мандарини і апельсини).

Вплив товарів-замінників на підприємство буде відчутним, якщо ціна замінника більш приваблива, витрати споживачів при «переключенні» на новий товар низькі, споживачі очікують, що замінники за якістю є кращими за вихідний товар.

4. *Постачальники* можуть становити відчутну конкурентну силу, оскільки можуть підвищити ціну на продукцію, яку постачають; постачати неякісну продукцію, несвоєчасно, некомплектно; відмовити підприємству – виробнику у поставках продукції (сировини, матеріалів, комплектуючих).

Підприємства повинні постійно стежити за динамікою цін на матеріальні та сировинні ресурси, оцінювати їх можливості та обсяги придбання. Це зумовлено тим, що зміни в цінах, труднощі зі збутом виготовленої продукції безпосередньо позначаються на її собівартості, а отже, прямо впливають на прибутковість та імідж підприємства на ринку.

5. *Покупці (споживачі)* – їх конкурентна «сила тиску» на підприємство полягає у зміні обсягів закупівлі ними продукції підприємства, у ступені інформованості покупців, чутливості покупців до ціни, впливі на якість, культурі та психології покупців; належності до певного соціального прошарку та ін.

Саме споживачі сьогодні мають найвагоміший вплив на функціонування підприємств. Вони «диктують» свої умови підприємствам-виробникам: який саме товар випускати, яка його ціна задовольняє споживчі інтереси, яка кількість товару необхідна для ринку в певний проміжок часу, якими мають бути якісні характеристики товару тощо. Підприємство не може ігнорувати інтереси споживачів, інакше його продукція не користуватиметься попитом і не принесе йому бажаних доходів.

Сьогодні підприємства активно вивчають своїх покупців та їх інтереси з метою виявлення і детального дослідження тих категорій покупців, яким адресована продукція підприємства, а також мотивів їх поведінки на ринку.

5. Аналіз зовнішнього середовища підприємства

Зовнішнє середовище підприємства постійно змінюється. Тому необхідно знати, як слід поводити себе підприємству в перспективі, щоб підтримати свою життєздатність або й розвиватися.

Крім того, у зовнішньому середовищі постійно відбуваються певні процеси. Одні з них відкривають для підприємства нові можливості (*наприклад*, банкрутство конкурента, здешевлення сировини), а інші - несуть із собою певні загрози (*наприклад*, зміна курсу гривні, чергові вибори, прийняття непопулярних законодавчих рішень).

Вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємств сьогодні посилюється його *складністю* та *мінливістю*. Складність зовнішнього середовища пов'язана із взаємодією та взаємовпливом різних його компонентів та нестача знань про окремі з них. Мінливість зовнішнього середовища характеризується швидкістю змін, які відбуваються у ньому.

Все це призводить до того, що при аналізі зовнішнього середовища підприємства в основному використовуються *методи експертних оцінок* та прогнозів.

Найбільш розповсюдженими методами аналізу зовнішнього середовища підприємства є: *PEST-аналіз*, *аналіз галузі*, *SWOT-аналіз* (також використовується для аналізу внутрішнього середовища підприємства).

Ці методи відрізняються між собою глибиною характеристики об'єкта аналізу.

Методи аналізу середовища підприємства	Об'єкт аналізу		
	Макросередовище	Мікросередовище	Внутрішнє середовище
PEST - аналіз			
Аналіз галузі			
SWOT- аналіз			

Найбільшого розповсюдження на сьогоднішній день отримали аналіз галузі та SWOT- аналіз як найбільш комплексні.

PEST – *аналіз* здійснюється з метою попередньої оцінки зовнішнього середовища підприємства, яке лише створюється або в якому відбувається зміна складу власників.

Метод передбачає виокремлення чотирьох ключових компонентів зовнішнього середовища, аналіз яких отримав назву PEST – аналіз (від англ. *political-legal* – політико-правові, *economic* – економічні, *sociocultural* – соціокультурні, *technological forces* - технологічні чинники).

Аналіз кожного компонента здійснюється за тими напрямками, які охарактеризовані вище.

Результати аналізу зовнішнього середовища дають змогу керівникам підприємства організувати його роботу більш ефективно за рахунок розуміння того, на які аспекти діяльності підприємства потрібно звернути найбільшу увагу.

Інколи на практиці застосовуються різновиди PEST-аналізу, *наприклад*, SLEPT-аналіз (додається правовий фактор) або STEEPLE-аналіз (виокремлюють певні «прошарки» об'єкта аналізу: соціально-демографічний, технологічний, економічний, природні фактори, політичний, правовий та етнічний фактори).

Аналізу галузі та конкуренції в ній охоплює аналіз зовнішнього і частково внутрішнього середовища за такими напрямками:

1. **Характеристика галузі:** зазначається її специфіка, що є важливим для нових підприємств – «учасників» галузі. При цьому аналізуються:

- *ємність, прибутковість і динаміка розвитку галузі* – є ключовими характеристиками, на які реагують потенційні учасник; невеликі ринки не приваблюють великих підприємств – конкурентів, а висока прибутковість сприяє появі на ринку нових підприємств;

- *специфіка товарів, можливості оновлення технологій виробництва* – специфіка товарів полягає у стандартизації та швидкості оновлення асортименту; чим швидше оновлюється товар, тим більшим є ризик того, що конкуренти можуть вирватися вперед; швидка зміна технологій спричиняє виникнення ризику втрати конкурентної позиції за рахунок старіння техніко-технологічної бази підприємства;

- *можливість появи нових учасників ринку*, яка залежить від вхідних бар'єрів вступу до галузі; високі вхідні бар'єри захищають позиції тих підприємств, що вже діють на ринку.

2. *Конкурентні сили, ступінь їх впливу* – аналіз конкурентного оточення виконується за методикою «п'яти конкурентних сил» М.Портера.

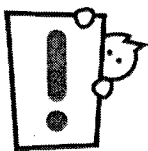
3. *Ключові фактори успіху* в конкурентній боротьбі, які поділяються на:

- *науково-технологічні*: швидкість створення нових продуктів та впровадження їх у виробництво; володіння ноу-хау, патентами, авторськими правами; ступінь володіння наявними технологіями та ін.;
- *виробничі*: низька собівартість продукції, висока якість продукції;
- *маркетингові*: широка презентація у точках роздрібною торгівлі, наявність власних точок роздрібною торгівлі, низькі витрати на збут, гарантійне обслуговування, швидка доставка, різні форми реалізації продукції та ін.;
- *інші*: вигідне місце розташування підприємства, що призводить до зниження витрат на транспортування, доступ до кваліфікованого персоналу, рівень інформаційних систем, досвід в галузі менеджменту, стабільний імідж підприємства та ін.

4. *Чинники зміни структури конкурентних сил галузі*. З часом умови існування галузі та рівень конкуренції в ній змінюються. Цьому сприяють певні рушійні сили, об'єднані у такі групи:

- зміни в тенденціях розвитку галузі;
- глобалізація галузі;
- зміни в складі споживачів та в способах використання продукції;
- зміна суспільних цінностей, способу життя;
- виникнення нових продуктів, технологічні зміни;
- розповсюдження ноу-хау;
- вихід на ринок великих підприємств.

SWOT - аналіз (з англ. *strength* – сила, *weakness* – слабкість, *opportunities* – можливості, *threats* – загрози) базується на одночасному дослідженні зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства.



SWOT - аналіз передбачає виявлення сильних та слабких сторін підприємства, можливостей та загроз, які очікують його у майбутньому, а також встановлення взаємозв'язку між ними.

Цей метод є відносно легким у застосуванні інструментом для оцінки стратегічного стану підприємства. Авторами методу є А. Томпсон і А. Стрікленд. Вони сформулювали орієнтовний набір характеристик *всіх чотирьох* впливів на підприємство.

Зовнішні можливості:

- вихід на нові ринки;
- розширення виробничої лінії та асортименту;
- випуск супутніх товарів;
- вертикальна інтеграція;
- зниження торгових бар'єрів на привабливих іноземних ринках;
- послаблення позицій конкурентів;

- різке зростання попиту;
- поява нових технологій та ін.

Зовнішні загрози:

- ◇ поява нових конкурентів;
- ◇ зростання продажів товарів-замінників;
- ◇ сповільнення росту ринку;
- ◇ несприятлива урядова політика;
- ◇ зміна смаків і потреб споживачів;
- ◇ несприятливі демографічні зміни та ін.

Сильні сторони підприємства:

- потужні фінансові ресурси;
- висока кваліфікація персоналу;
- хороша репутація у покупців;
- відомий лідер на ринку;
- досконала технологія;
- переваги у витратах;
- наявність інноваційних можливостей;
- переваги в галузі конкуренції та ін.

Слабкі сторони підприємства:

- погіршення конкурентних позицій;
- застаріле обладнання;
- нижча прибутковість через певні чинники;
- відсутність належної кваліфікації та компетентності;
- вузька виробнича лінія;
- слабка орієнтація на ринку;
- слабкий маркетинг та ін.

Після складання переліку можливих загроз сильних і слабких сторін складається *SWOT - матриця*.

	Можливості	Загрози
	1. 2. 3.	1. 2. 3.
Сильні сторони 1. 2. 3.	СМ	СЗ
Слабкі сторони 1. 2. 3.	СЛМ	СЛЗ

На перетині можливостей і загроз та сильних і слабких сторін підприємства утворюються *поля*, в яких відображаються заходи підприємства по використанню зовнішніх можливостей і сильних сторін підприємства, а також усуненню внутрішніх слабостей та відверненню можливих загроз, а саме:

- *поле СМ* – використовують сильні сторони для одержання віддачі від можливостей середовища;
- *поле СЛМ* – за рахунок зовнішніх можливостей слід подолати внутрішні слабкості;
- *поле СЗ* – сила підприємства повинна подолати зовнішні загрози;
- *поле СЛЗ* – необхідно позбутись слабкостей і спробувати відвернути зовнішні загрози.

Охарактеризованими методами аналіз зовнішнього середовища підприємства не обмежується. Можуть також використовуватись *метод «5х5»* (для визначення найбільших значущих факторів зовнішнього середовища), *метод «чотирьох питань»* (включає основні критерії впливу кожного значущого чинника зовнішнього середовища на майбутнє підприємства) та ін.

Ефективність аналізу зовнішнього середовища багато в чому залежить від якості та обсягу інформації про його стан. Інформація має відповідати таким основним вимогам: правдивість, об'єктивність, несуперечливість, своєчасність, презентативність та ін.

Джерелами інформації про стан зовнішнього середовища підприємства є: особистий досвід дослідника, наради, конференції, спілкування з працівниками підприємств, установ та організацій, звітні дані, періодична преса, спеціальна наукова та інша література та ін.

При зборі інформації використовують сканування і моніторинг середовища.

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.

Сканування проводиться за такими напрямками: економічне, технічне сканування, політичне сканування. При скануванні використовуються різні інструменти: експертні методи, сценарії, конкурентні порівняння, імітаційне й економіко-математичне моделювання, морфологічний і функціонально-вартісний аналіз та ін.

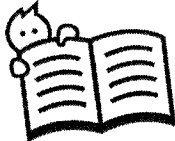
Моніторинг зовнішнього середовища – це постійне відстеження поточної та нової інформації про стан зовнішнього середовища. Таке відстеження найчастіше проводиться у формі регулярних спостережень за критичними чинниками зовнішнього середовища, а також у формі спеціальних спостережень.

Моніторинг звичайно не обмежується лише збором інформації, а спрямований також на розкриття причин зміни стану досліджуваних чинників зовнішнього середовища та передбачення напрямків їх розвитку. Такий підхід дозволяє визначити можливості та загрози, що можуть сприяти або перешкоджати діяльності підприємства.



Питання для самоконтролю

1. Поясніть відмінність між ієрархічною і неієрархічною моделями середовища підприємства.
2. Чи тотожними є поняття «зовнішнє середовище підприємства» і «макросередовище підприємства»? Поясніть.
3. Чи можуть чинники внутрішнього середовища підприємства впливати на зміну окремих елементів його зовнішнього середовища (структуру галузі, ємність ринку тощо)?
4. У чому полягає сутність синергічного ефекту в контексті характеристики виробничого потенціалу підприємства?
5. На прикладах поясніть, як змінюється роль і «вага» певних компонентів макросередовища функціонування підприємства на різних етапах розвитку суспільно-економічних відносин у державі і поза нею.
6. Охарактеризуйте механізм впливу на підприємство постачальників і споживачів як конкурентних сил.
7. У чому відмінність PEST-аналізу і SWOT - аналізу як методів експертної оцінки зовнішнього середовища підприємства?
8. Якими є джерела одержання інформації про стан зовнішнього середовища підприємства і яка роль у цьому процесі сканування і моніторингу зовнішнього середовища?



Література

1. Білошкурська Н.В. Моделі адаптивної поведінки та їх роль у формуванні економічної безпеки підприємства. / Н.В. Білошкурська // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 12 (114). – С.101-104.
2. Блайт Дж. Основи маркетингу: підруч. – Пер. з 2-го англ. вид. / Дж.Блайт. – К.: Знання-Прес, 2003. – 493 с.
3. Будник М.М. Адаптація промислових підприємств до ринкових умов господарювання: Дис. канд. економ. наук: 08.06.01. / М.М. Будник. – Харків, 2002. – 199 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://librar.org.ua/sections_load.php?s=business_economic_science&id=27
4. Вашенко А.А. Організація виробництва в умовах мінливого внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування машинобудівних підприємств. – Ефективна економіка. – 2015. – № 3. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4121>
5. Гетьман О.О. Економіка підприємства: навч. посіб. – 2-ге вид. / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. – К.: ЦУЛ, 2010. – 488 с.
6. Дзюба С.Г. Загальна характеристика зовнішнього середовища функціонування підприємства. / С.Г. Дзюба, І.Ю. Гайдай // Актуальні проблеми економіки. Серія «Економіка та управління підприємствами». – 2012. – № 1 (127). – С.144-156.
7. Іванов В.Б. Потенціал підприємства: науково-метод. посіб. / В.Б.Іванов, О.М.Кохась, С.М. Хмелевський. – К.: Кондор, 2009. – 300 с.
8. Кочкіна Н. Мотивація споживачів страхових послуг як чинник ефективності їх просування / Н. Кочкіна, А. Румянцева // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 6. – С. 58-62.
9. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування і оцінка: навч. посіб. / Н.С. Краснокутська. – Харків: ХДУХТ, 2004. – 287 с.

10. Крисько Ж. Адаптація підприємства до змін зовнішнього середовища через механізм реструктуризації. / Ж. Крисько // Галицький економічний вісник. – 2009. – № 2. – С.38-42.
11. Кузькин С.Ю. Обґрунтування взаємозв'язку стійкості та стабільності економічних систем промислових підприємств у контексті їх адаптації до зовнішнього середовища. / С.Ю. Кузькин. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eprints.kname.edu.ua>
12. Кукарцева С.В. Комплексність регіонального розвитку промисловості: формування механізму забезпечення. / С.В. Кукарцева // Препринт наукової доповіді. КНУТД МОН України, 2. – 2006. – 24 с.
13. Ландіна Т.В. Організаційно-економічні механізми адаптації підприємства до умов ринку. / Т.В. Ландіна. – К.: Наукова думка, 1994. – 283 с.
14. Левин П.Б. Обоснование экономических оценок инновационной среды. / П.Б. Левин // Вісник Донецького університету економіки та права. Економіка та управління. – 2004. – № 1. – С.223 – 233.
15. Метеленко Н.Г. Внутрішній господарський механізм ефективного функціонування промислових підприємств: теорія, практика, перспективи: монографія. / Н.Г. Метеленко. – Запоріжжя: КПУ, 2010. – 480 с.
16. Окунева О. Сегментація працівників як внутрішніх клієнтів підприємства. / Окунева О. // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 2. – С.14-21.
17. Осовська Г.В. Основи менеджменту: навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів. / Г.В. Осовська. – К.: «Кондор», 2006. – 664 с.
18. Руделиус В. Маркетинг: підруч. / В. Руделиус, О. Азарян, О.Виноградов та ін. – К.: НМЦ «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2005. - 422 с.
19. Старостіна А. Особливості мотивації та ринкової поведінки українських споживачів високотехнологічних товарів. / А. Старостіна, В. Журило // Маркетинг в Україні. - 2010. - №5. – С.18–23.
20. Чиженкова Е.В. Формирование экономического механизма адаптации хозяйствующего субъекта к рыночной среде: Автореф. ... канд.экон.наук. / Е.В. Чиженкова. – М., 2006. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ock.ru/medzhment_i_trudovye_otnosheniya/problemy_adaptatii_predpriyatiya_k.html
21. Чорний А.В. Вплив зовнішнього середовища на внутрішню динаміку виробництва на підприємстві. / А.В. Чорний, А.С. Цікал. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bsfa.edu.ua/PDF5/chornyj_tsikal_tezy.pdf
22. Щепак В.В. Теоретичний підхід до формування середовища діяльності підприємства / В.В. Щепак // Регіональні перспективи. Науково-практичний журнал. – 2001. – № 5-6 (18-19). – С.73-75.
23. Язвінська Н. Аутсорсинг на ринку маркетингових послуг: «за» і «проти» залучення зовнішніх підрядників. / Н. Язвінська, А. Овчиннікова // Маркетинг в Україні. – 2011. – № 1. – С.46-49.

ТЕМА 5. СТРУКТУРА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Питання для теоретичної підготовки

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 вдосконалення управління підприємством.

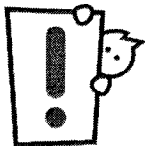
**Ключові
терміни і
поняття**

виробнича структура підприємства, цех, виробнича дільниця, робоче місце, загальна структура підприємства, управління підприємством, принципи управління, функції управління, інструменти управління, методи управління, організаційна структура управління

1. Виробнича структура підприємства, її види і характеристика

Ефективність використання усіх елементів виробництва на підприємстві в значній мірі залежить від розробки та реалізації ефективних організаційних рішень та формування виробничої структури підприємства як єдиної виробничої системи.

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



Структура підприємства визначається 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

- 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. Наприклад, швейні підприємства найчастіше організовують виробництво в основних виробничих підрозділах за технологічним принципом, а кондитерські – за предметним. Виробничі дільниці можуть об'єднуватись у цехи.

Цех – це територіально і адміністративно відокремлений підрозділ підприємства, в якому виконується комплекс робіт відповідно до внутрішньо-заводської спеціалізації. Кількість цехів залежить від конструктивних і технологічних параметрів продукції, обсягів її виробництва, рівня спеціалізації та кооперації.

Цехи поділяються на:

- *основні* – спеціалізуються на виготовленні 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 (наприклад, регенерують мастила, утилізують відходи, виготовляють товари широкого вжитку);
- *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.

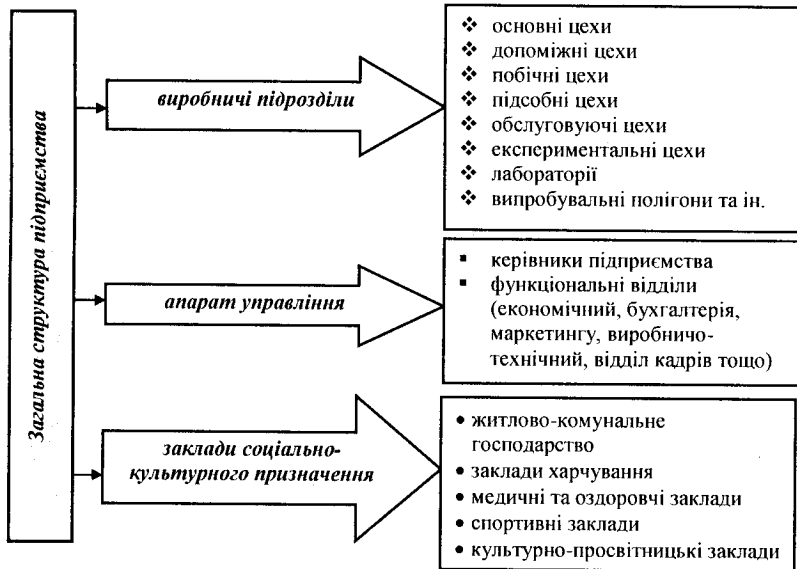
У залежності від складу внутрішніх підрозділів підприємства можна виділити такі *види його виробничої структури*:

- 1) *цехова* – головним виробничим підрозділом є цех;
- 2) *безцехова* – основою побудови виробничої структури є виробнича діляниця;
- 3) *корпусна* – основним виробничим структурним підрозділом є корпус як об'єднання однотипних цехів;
- 4) *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.

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

Загальну структуру підприємства можна представити:



Оскільки визначальною у загальній структурі підприємства є саме виробнича структура, то слід враховувати основні *чинники*, які на неї впливають:

- 1) *масштаб виробництва* – кількість виробів певного виду, типорозмірів продукції визначають формування відповідних за спеціалізацією та потужністю підрозділів; збільшення обсягів виробництва ускладнює внутрішньовиробничі зв'язки і саму виробничу структуру підприємства;
- 2) *складність конструкції виробів* – вид продукції визначає характер виробничих процесів, а, отже, і склад основних цехів, їх різноманітність, розмаїття виробничих зв'язків між ними;
- 3) *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;
- 4) *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;
- 5) *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.

*Достить важко керувати, якщо робити це сумлінно.
Наполеон I*

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) та отримання прибутку підприємством або підприємцем.

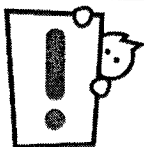
При цьому підприємство розглядається як *відкрита система*, яка взаємодіє із зовнішнім середовищем, залежить від нього та використовує ці взаємозв'язки з максимальною користю для себе.

Разом з тим, всередині самого підприємства відбуваються процеси постачання, виробництва, збуту, технічного оновлення, навчання персоналу та

цілого ряду інших функцій. Всі вони спрямовані на виробництво вихідного продукту, який «підє» на ринок для задоволення його потреб.

Для досягнення поставлених цілей на підприємстві слід розподілити виконувані функції між окремими складовими системи: виробничими і невиробничими підрозділами (цехами, відділами, дільницями, заводами), 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. *Наприклад*, 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 воедино 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*.

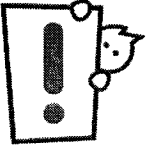
У ст.65 ГКУ йдеться про те, що *управління підприємством* здійснюється відповідно до його установчих документів на основі поспадання прав власника щодо господарського використання свого майна і участі в управлінні трудового колективу.

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 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.

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

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

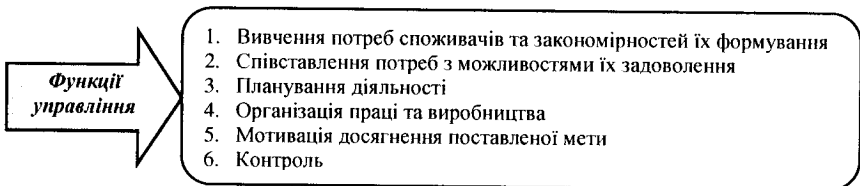
Серед принципів управління можна виділити:

- ***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 кожному 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-технологічних 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 управлінську діяльність всередині підприємства на основі поділу праці. Така праця спрямована на зміну стану підприємства відповідно до поставлених завдань і знаходить відображення у *функціях управління*.



Сьогодні 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;
- *ринку* – має в основі використання в управлінській діяльності економічних законів та економічних інтересів суб'єктів господарювання, їх економічної свободи і самостійності; вигідність або невідповідність 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, зорієнтованого 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.

Говори точно, чітко, правильно, вміючи, інакше люди не повірять тобі і не підуть за тобою.

Понтії Пілат

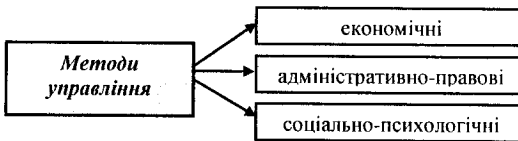
4. Методи управління

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

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

Використання різних методів управління передбачає існування певної альтернативи у виборі способів впливу на людей. Основою їх використання є ступінь та закономірності розвитку виробничих відносин у суспільстві, рівень розвитку самого підприємства, правові та соціальні-психологічні засади побудови відносин в колективі та ін.

Виходячи зі змісту управлінських дій, можна виділити такі *групи 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:

- 1) *матеріальне стимулювання працівників чи колективів та їх матеріальну відповідальність*; за будь-якої системи господарювання і умов виробництва цей метод є одним із найдієвіших в процесі впливу на людей;
- 2) *ціноутворення* – спосіб і рівень встановлюваних цін на продукцію підприємства є важелем впливу на формування попиту на неї та її пропозиції і, відповідно, на прийняття певних рішень щодо нарощування обсягів виробництва, його згортання, визначення перспектив цінової політики, стратегії розвитку підприємства взагалі тощо;
- 3) *державне регулювання* – сукупність інструментів впливу держави на підприємницьку діяльність; найчастіше держава встановлює певні обмеження (*наприклад*, у рівні рентабельності продукції в окремих галузях, у величині торговельних надбавок та ін.) і цим самим впливає на поведінку суб'єктів підприємництва на ринку;

- 4) *стимулювання* – об'єктами стимулювання можуть бути окремі виробництва (*наприклад*, надання пільг, дотацій соціально значимим, але нерентабельним або низькорентабельним виробництвам), а також окремі працівники підприємства, колективи його підрозділів (додаткові матеріальні виплати, підвищення розміру преміювання тощо);
- 5) *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.

Адміністративно-правові методи передбачають також і застосування відповідних матеріальних, адміністративних і карно-правових санкцій.

До цієї ж групи можна віднести *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. Одні із них мають за основу використання моральних стимулів до праці, критики і самокритики, наставництва тощо; інші спрямовані на окремого працівника і передбачають врахування його особистих потреб, *наприклад*, вирішення певної соціальної проблеми – надання житла, оздоровлення дітей, забезпечення їх дошкільного виховання і навчання та ін.

Всі перелічені методи управління лише в поєднанні створюють необхідний арсенал дієвих засобів для ефективного менеджменту.

*Найпростіша організаційна структура управління є найкращою.
Найкращою її роблять ті проблеми, яких вона не створює.*

Пітер Друкер

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 та працівників

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 (*наприклад*, директор – начальник цеху – змінний майстер);
- *функціональні* – характеризують взаємодію керівників, які виконують визначені функції на різних рівнях управління і між ними не існує адміністративного підпорядкування (*наприклад*, головний технолог - начальник фінансового відділу - начальник цеху);
- *міжфункціональні* – мають місце між підрозділами одного управлінського рівня (*наприклад*, начальник прядильного цеху – начальник ткацького цеху – начальник обробного цеху).

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

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

2) *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.

Перевагами лінійної структури є чіткість взаємовідносин між працівниками, оперативність і несперечливість управлінських рішень, надійний контроль за їх виконанням.

Недоліком є те, що лінійний керівник повинен виконувати, крім основних координуючих, цілий ряд допоміжних функцій: обліку, роботи з кадрами контролю якості, стратегічного планування тощо.

Лінійно-штабна структура передбачає створення при лінійному керівникові спеціальних функціональних служб – *штабів*, які допомагають йому вирішувати певні виробничі завдання і формувати відповідні управлінські рішення. При цьому 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.

Головна *перевага* такої структури полягає в тому, що лінійні керівники мають можливість сконцентрувати увагу на поточному лінійному керівництві, а *недоліки* – ріст управлінських витрат, зниження оперативності управління. 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.

Перевагами такої структури є: ефективне використання ресурсів, високий рівень професіоналізму працівників кожного функціонального підрозділу, кар'єрний ріст всередині відділів на основі досвіду виконання певних функцій, високий рівень координації та взаємодії всередині функціональних відділів, висока якість управлінських рішень.

До *недоліків* функціональної структури можна віднести зниження оперативності в управлінні через прийняття рішень на верхніх рівнях ієрархії, недостатні взаємозв'язки між функціональними відділами, вузьке сприйняття загальних завдань підприємства, проблеми розподілу відповідальності за усунення недоліків в роботі, можлива суперечливість та неузгодженість рішень тощо.

Дивізіональна структура управління будується не за функціональними ознаками, а 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 дивізійної структури пов'язане з процесами диверсифікації виробництва і виникненням великих компаній, корпорацій.

До *переваг* дивізійної структури належать: висока гнучкість, швидка реакція на зміни зовнішнього середовища; підвищена увага до потреб споживачів, чіткий розподіл відповідальності в рамках відділення; зосередження уваги на товарі в цілому, починаючи від маркетингових досліджень і завершуючи питаннями збуту; розвиток навиків загального керівництва.

Недоліками дивізійної структури є обмеження контролю над діяльністю відділень зі сторони вищого керівництва, збільшення чисельності апарату управління та витрат на його утримання.

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

Перевагами матричної структури є: більш ефективне використання ресурсів, гнучкість системи управління, орієнтація на нововведення, «обмін» суміжними функціями, одержання додаткового досвіду усіма підрозділами.

Недоліки: дуалізм командного ланцюга, можливе виникнення протиріч між лінійними, функціональними керівниками та керівництвом проектної 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). Їх використання є доречним на великих підприємствах зі складною структурою та наявністю дочірніх підприємств, філій, представництв та ін.

Від ефективної організаційної структури управління залежить ефективність функціонування самих підприємств. При цьому вони мають повну самостійність у формуванні своєї структури. Це визначено *ст.64 ГКУ*, в якій йдеться про те, що підприємство може складатися з виробничих структурних підрозділів (виробництв, цехів, відділень, дільниць, бригад, бюро, лабораторій тощо), а також функціональних структурних підрозділів апарату управління (управління, відділів, бюро, служб тощо).

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

Божевільний той, хто не вміючи керувати собою, хоче керувати іншими.
Побілії

6. Напрями удосконалення управління підприємством

Удосконалення управління підприємством повинно здійснюватись за такими **напрямами**:

- 1) *вдосконалення організаційної структури управління підприємством* повинно йти в напрямку використання різних структурних рішень в управлінні підприємством (починаючи від лінійно-штабної структури і завершуючи використанням мережевих організаційних форм) і максимальної самостійності відділень, проектних груп та ін.; також має місце послаблення жорсткості та ієрархічності управлінських структур, розвивається програмно-цільове управління; сьогодні йде пошук і формування таких організаційних структур управління, які найбільш повно і швидко пристосовуються до умов внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування підприємства;
- 2) *поліпшення управління використанням виробничих ресурсів*; за будь-якої структури управління на підприємстві повинна чітко виділятися функція контролю за використанням ресурсів; забезпечення цієї функції пов'язане із використанням сучасних методів стимулювання за раціональне використання ресурсів, дотримання виробничої дисципліни тощо; це безпосередньо впливає на зниження витрат і зростання конкурентоспроможності продукції.
- 3) *удосконалення управління впровадженням досягнень НТП та якістю продукції*; використання досягнень науково-технічного прогресу має бути «присутнє» як в самій організації процесу управління (засоби оргтехніки, методи психологічного впливу на людей та ін.), так і в процесі виробничо-господарської діяльності. Цьому мають слугувати розробка програм інноваційно-інвестиційної діяльності на підприємстві, розвитку кооперованих зв'язків, зовнішньоекономічної діяльності і виходу на міжнародні ринки; *управління якістю продукції* повинно базуватись на прогнозуванні і плануванні виробництва продукції, яка відповідає сучасним вимогам стандартів, стимулюванні виробництва продукції високої якості, контролі за виробництвом, стандартизації і сертифікації;
- 4) *покращення системи планування як основної функції управління підприємством*; планування повинно ґрунтуватись на сучасних принципах і методах, а технологія планування має відповідати засадам адаптації до умов ринкового середовища; процедури планування мають забезпечувати безпосередній зв'язок показників плану з впровадженням нової техніки, технології, поліпшенням організації виробництва і праці;
- 5) посилення уваги до організації культури і демократизації управління; сьогодні у зарубіжній практиці широко використовується поняття *«організаційної культури»*; вона за силою впливу на людей не

поступається організації структури управління на підприємстві, адже головний потенціал прогресивних змін криється у свідомості людини, в її культурі, в тому числі в культурних стереотипах поведінки в організації; цей потенціал слід вивчати і скеровувати на забезпечення ефективного управління підприємством.

Раціональна структура управління підприємством вимагає встановлення чисельності зайнятих в сфері управління підприємством.

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 K_{ey} :

$$K_{ey} = K_c \times K_{\text{ч}},$$

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

$K_{\text{ч}}$ – 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. У чому сутнісна відмінність між поняттями «виробнича структура підприємства», «загальна структура підприємства» та «організаційна структура управління підприємством»?
2. Поясніть відмінність між корпусною і комбінатською виробничими структурами підприємства.
3. Чи може підприємство в сьгоднішніх умовах ефективно функціонувати на ринку як закрита система? Поясніть.
4. Чому недотримання основних засад і правил управлінської діяльності суттєво впливає на зниження ефективності менеджменту на підприємстві?

5. Поясніть, чому в ринкових умовах господарювання є неможливим використання ієрархії як єдиного інструменту управління.

6. Чи доцільно використовувати лише економічні методи управління з метою досягнення підприємством максимальної ефективності його функціонування?

7. У чому відмінність між вертикальною і департаментною організаційними структурами управління підприємством?

8. Охарактеризуйте переваги функціональної структури управління підприємством.

9. Як, зазвичай, визначається чисельність управлінського персоналу на підприємстві?



Література

1. Адизес И. Стили менеджмента – эффективные и неэффективные. / Ицхак Калдерон Адизес; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – 199 с.
2. Балацький С.О. Економіка підприємства: навч. посіб. / С.О. Балацький, О.М. Дутченко, Г.М. Шамота та ін. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2014. – 154 с.
3. Бойчик І.М. Економіка підприємства: навч. посіб. Вид. 2-ге, доп. і перер./ І.М. Бойчик. – К.: Атіка, 2006. – 528 с.
4. Булеев И. Механизм хозяйствования предприятий и объединений трансформационной экономики: монография / И.П. Булеев, Н.Д. Прокопенко, Н.Е. Брюховецкая, Г.О. Маландина. – Донецк, 2007. – 526 с.
5. Важицький Ф. Управління в умовах стратегічних невизначеностей: основні методи і засоби / Ф. Важицький // Регіональна економіка. – 2001. – № 2. – С. 147 – 150.
6. Васильков В.Г. Організація виробництва: навч. посіб. / В.Г. Васильков. – К.: КНЕУ, 2003. – 524 с.
7. Ващенко А.А. Організація виробництва в умовах мінливого внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування машинобудівних підприємств. – Ефективна економіка. – 2015. – № 3. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4121>
8. Горлачук В.В. Сутність виробничої та загальної структури підприємства. / В.В. Горлачук, І.Г. Яненко. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/poibnuku/294/11.pdf>
9. Дафт Р.Л. Менеджмент. / Р.Л. Дафт. – СПб: Питерс, 2003. – 832 с.
10. Дідур К.М. Системний підхід до управління підприємством та персоналом підприємства / К.М. Дідур // Ефективна економіка. – 2012. – № 4. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1079>
11. Душко М.В. Формування оптимальної виробничої структури підприємства органічного виробництва сільськогосподарської продукції в лісостепу. / М.В. Душко, І.М. Лупеха, Г.В. Коваленко // Збірник наукових праць ННЦ «Інститут землеробства НААН». – 2014. – Вип. 1-2. – С. 148-158.
12. Економіка підприємства: підруч. / За ред. С.Ф. Покропівного. – К.: КНЕУ, 2006. – 528 с.
13. Економіка та організація виробництва: підруч./ За ред. В.Г. Герасимчука, А.Е. Розенплентера. – К.: Знання, 2007. – 678 с.
14. Іванова Н.Н. Економічний аналіз організаційних та виробничих структур: монографія. / Н.Н. Іванова, Н.Н. Мозгов, Б.І. Герасимов / Під наук. ред. Б.І. Герасимова, 2003. – 120 с.

15. Кармінська-Белоброва М.В. Організаційні структури управління підприємством. / М.В. Кармінська-Белоброва // Бізнесінформ. – 2012. – № 12. – С.192-195.
16. Кононова І.В. Аналіз підходів до управління підприємством в сучасних умовах. / І.В. Кононова. // Прометей. – 2013. № 1 (40). «Стратегії розвитку підприємства в умовах ринкової економіки». – С.146-151.
17. Корнюхин С.В. Организационная структура предприятия: современные подходы и пути развития / С.В. Корнюхин. – М.: Европейский центр по качеству, 2003. – 48 с.
18. Круш В.П. Внутрішній економічний механізм підприємства / П.В. Круш, С.О. Тульчинська, Р.В. Тульчинський та ін.; Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – К.: ЦУЛ, 2008. – 204 с.
19. Кузнєцова І.О. Класифікація структурних підрозділів підприємства. / І.О. Кузнєцова, Ю.В. Карпенко. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1658/1/>
20. Лазеба С.С. Основні функції управління підприємством. / С.С. Лазеба. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.3/81.pdf>
21. Мескон М.Х. Основи менеджмента: пер. с англ. / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 1995. – 704 с.
22. Метеленко Н.Г. Організація управління промисловим підприємством у контексті економічної безпеки. / Н.Г. Метеленко. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1840>
23. Ніп'яліді О. Прийняття управлінських рішень, аналітичний і інформаційний аспект / О. Ніп'яліді // Наукові записки. – 2001. – № 7. – С.176-178.
24. Обер-Крие Дж. Управление предприятием: пер с фр. Ф.Р. Окунева, А.П. Сизова / Дж.Обер-Крие. – М.: Бизнес-Информ, 1998. – 256 с.
25. Пащенко І.Н. Формування та розвиток виробничих структур / І.Н.Пащенко, Л.І.Чернобай. – 2005. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/19207/1/36-Pashchenko-181-184.pdf>
26. Попов А.В. Теория и организация американского менеджмента / А.В. Попов. – М.: Издательство МГУ, 1991. – 152 с.
27. Плоткін Я.Д. Виробничий менеджмент: навч. посіб. / Я.Д. Плоткін, І.Н. Пащенко. – Львів: Державний університет «Львівська політехніка», «Інтелект», 1999. – 257 с.
28. Тарасова О.В. Управління діяльністю підприємства в умовах кризи. / О.В. Тарасова // Вісник НТУ «ХПІ». – 2013. – № 53 (1026). – С.159-162.
29. Шатун В.Т. Основи менеджменту: навч. посіб. / В.Т.Шатун. – Миколаїв: Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2006. – 376 с.
30. Явдак М.Ю. Пданування та оцінка ефективності внутрішньовиробничих зв'язків підрозділів в процесі операційної діяльності підприємства. / М.Ю. Явдак. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_127/42.pdf

ТЕМА 6. РИНОК І ПРОДУКЦІЯ

Питання для теоретичної підготовки

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

Ключові терміни і поняття

ринок, умови функціонування ринку, функції ринку, структура ринку, види ринку, об'єкти ринку, суб'єкти ринку, територіальні ознаки ринку, ринок досконалої конкуренції, монополістична конкуренція, чиста монополія, олігополія, ринкова влада, ринкова інфраструктура, елементи ринкової інфраструктури

*Не можна проходити повз величезні можливості.
Соїчіро Хонда*

1. Ринок: поняття, умови формування і функції

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

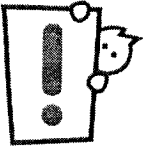
Еволюція поняття «ринок» почалась з визначення його як «базарної площі», тобто місця обміну товарами. Далі на певному етапі розвитку суспільних відносин ринок розглядався як форма товарно-грошового обміну, а з точки зору суб'єктів ринкових відносин – як сукупність продавців і покупців. Однак такі трактування 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 системи господарювання. У ній тісно взаємодіють ринковий механізм та численні

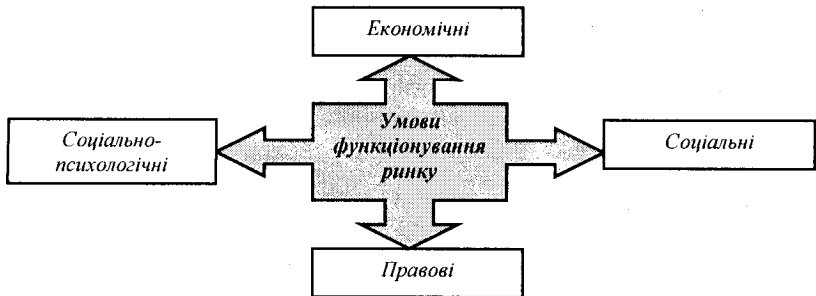
державні інститути його регулювання. Ринок також відображає стан суспільної ідеології, культури, правової свідомості та ін.



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 господарювання або *ринкова економіка*.

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



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, різноманітність 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 і 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 в 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 активізацію інноваційної 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 ринок стимулює 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.

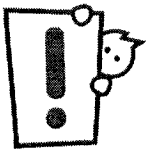
4. Інтегруюча – ринок є об'єднуючим началом для розвитку економічної системи завдяки налагодженню вертикальних та горизонтальних зв'язків у галузях та виробництвах, в тому числі зовнішньоекономічних. Товари в умовах ринку проникають в усі країни, здійснюється обмін товарами на світових ринках та за світовими 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 ціною продукції. Тому ринок об'єктивно створює умови для виживання найбільш ефективних виробників.

6. Інформативна – в ринковій економіці ціни є індикатором і показником 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 в тій 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 з боку 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 і підприємства, 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

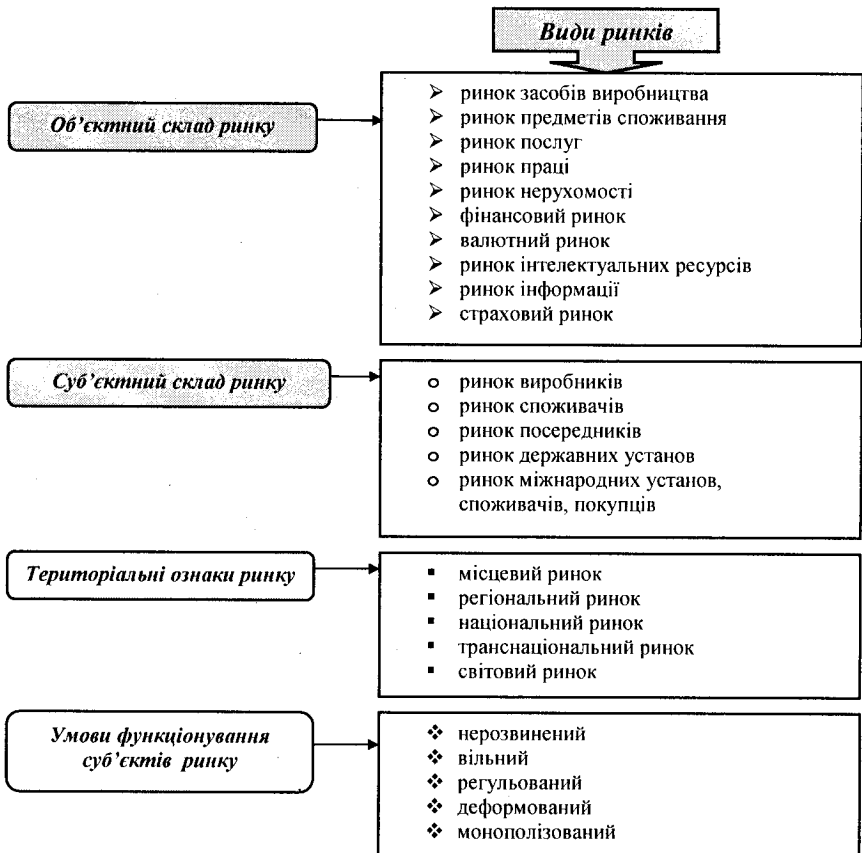
В залежності від кількості та складу цих елементів розрізняють різні *види ринків*.

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 на робочу 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 ділянки та 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 - продажу вільних грошових коштів та їх перетворення на грошовий капітал. Він скеровує в єдине русло рух вільних грошових коштів господарюючих суб'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.

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, ошадні 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, патентів на 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 на зовнішньому 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 в межах 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 не слід 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.

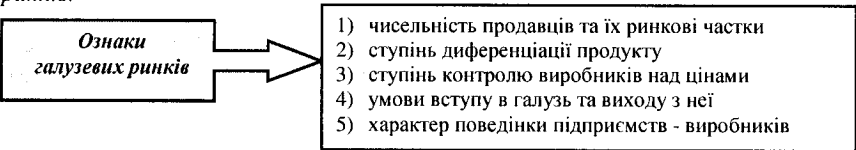
Деформований ринок пов'язаний із надмірним втручанням держави у ринкові відносини, що призводить до втрати самостійності у веденні бізнесу, надмірної централізації розподілу ресурсів, незбалансованості попиту і пропозиції, монополізму виробника, порушення грошового обігу, інфляції, розквіту тіньової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

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*:



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 ринку є:

- *значна кількість покупців і 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 продукції того 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 виробничих ресурсів.

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 має свої унікальні особливості, однак існує можливість його заміщення іншими товарами, що призводить до виникнення обмеженої ринкової влади;
- *велика кількість продавців*, достатня для забезпечення конкурентної галузі, але менша, ніж за досконалої конкуренції; при цьому є більшою 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:

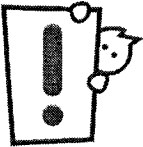
- *єдиний виробник (продавець)*, який забезпечує весь обсяг галузевої пропозиції;
- *відсутність товарів-замінників*, принаймні, близьких;
- *контроль над цінами* через відсутність інших виробників або продавців;
- *обмеження входження інших підприємств у галузь* внаслідок існування технологічних або 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 ринку 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 з розмірами 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:

- 1) *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;
- 2) *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;
- 3) *відсутність товарів – замінників*; сприяє зміцненню ринкової влади підприємства через його «ексклюзивну» можливість задовольнити певну ринкову потребу;
- 4) *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.

Три речі роблять націю великою та успішною: плодючі землі, дієва промисловість та легкість пересування людей і товарів.

Френсіс Бекон

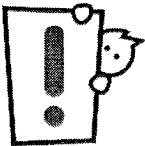
4. Ринкова інфраструктура, її складові елементи

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 дома 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 спеціалізованих 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:

- 1) інфраструктура має загальноекономічне призначення, тобто її елементи можуть в однаковій мірі використовуватись всіма суб'єктами ринкових відносин;
- 2) об'єкти ринкової інфраструктури вимагають значних початкових інвестицій на їх створення, причому термін окупності таких фінансових вкладень значний;
- 3) об'єкти ринкової інфраструктури одночасно використовуються всіма суб'єктами ринку;
- 4) ринкова інфраструктура суттєво впливає на ефективність процесу виробництва матеріальних благ, хоча не є його безпосереднім учасником;
- 5) сукупність об'єктів ринкової інфраструктури є мінливою і залежить від етапів економічного розвитку суспільства.



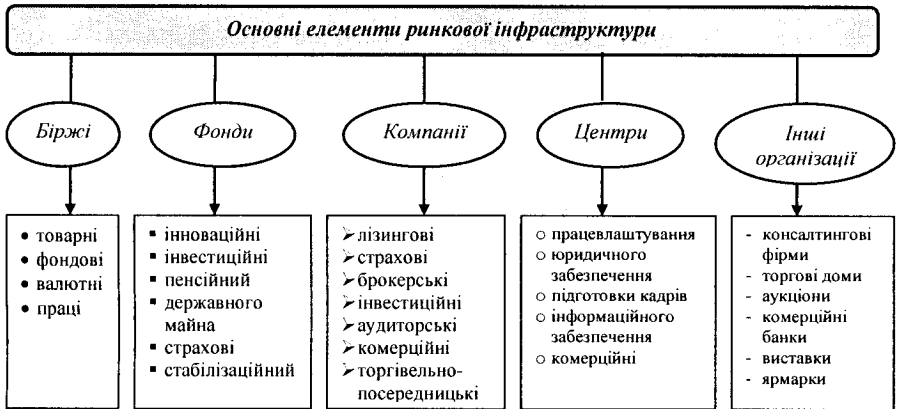
Продуктом ринкової інфраструктури є посередницька послуга – особливий товар, який існує тільки в момент його виробництва. Надаючи різноманітні посередницькі послуги споживачам, підприємствам, установам, організаціям, суб'єкти ринкової інфраструктури виконують ряд важливих функцій.

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:



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.

Біржа праці – це організація, яка спеціалізується на виконанні посередницьких операцій між підприємцями і працівниками з приводу купівлі - 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, іпотечні та 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.

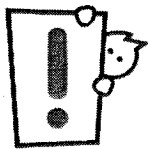
На *мікрорівні* (рівні окремого суб'єкта господарювання, галузі) інфраструктуру слід розглядати як сукупність інженерно-технічних об'єктів, які створюють матеріально-речові умови для функціонування окремих підприємств або галузей та сприяють протіканню у них відповідних технологічних процесів (енерго- і теплопостачання, водопостачання та водовідведення, внутрішньозаводський 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 розвитку залежать інвестиційна привабливість регіонів, виробництво 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 є барометром 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 за собою погіршення якості життя населення, зростання суспільної напруги та інших негативних наслідків.



Питання для самоконтролю

1. *Коротко охарактеризуйте «еволюційний шлях» сутності поняття ринку.*
2. *Чи може ринок «обійтись» без забезпечення деяких умов свого функціонування, чи усі вони є обов'язковими? Поясніть.*
3. *Охарактеризуйте найважливіші функції ринку.*
4. *Чим відрізняються регульований і деформований ринки?*
5. *Якими є основні ознаки ринку досконалої конкуренції?*
6. *Що таке «ринкова влада» і коли вона має місце?*
7. *Що є продуктом ринкової інфраструктури: матеріалізований товар чи послуга? Поясніть.*
8. *Охарактеризуйте роль фінансових інститутів як елементів ринкової інфраструктури в процесі функціонування і розвитку ринку.*



Література

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. / Г.П. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
2. Балабанова Л.В. Оптовая торговля: маркетинг и коммерция / Л.В. Балабанова. – М.: Экономика, 2010. – 206 с.
3. Бойчик І.М. Економіка підприємства: навч. посіб. Вид. 2-ге, доп. і перер./ І.М.Бойчик. – К.: Атіка, 2006. – 528 с.
4. Бойчик І.М. Ринкова інфраструктура: сутність та характеристика / І.М. Бойчик // Сталій розвиток економіки. Міжнародний науково-виробничий журнал. – Хмельницький, 2013. – № 3. – С.34-41.
5. Бойчик І.М. Функціональні елементи ринкової інфраструктури та їх вплив на діяльність виробничих підприємств / І.М. Бойчик // Інноваційна економіка. Науково-виробничий журнал. – Тернопіль, 2013. – № 8. - с.25-32.
6. Буряк П.Ю. Мікроекономіка: навч. посіб. / П.Ю. Буряк., О.Г. Гупало, І.В. Стасюк. - К.: «Хай-Тек Прес», 2008. – 368 с.

7. Венгер В.В. Конкуренція в ринковій економіці: генезис теоретичних концепцій. / В.В. Венгер // Ефективна економіка. – 2014. – № 12. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3623>
8. Гончаров С.М. Тлумачний словник економіста. / С.М. Гончаров, Н.Б. Кушнір; за ред. С.М. Гончарова: Нац. університет водного господарства та природокористування. – К.: ЦУЛ, 2009. – 264 с.
9. Горняк О.В. Еволюція взаємодії ринкових та ієрархічних структур. / О.В. Горняк // Економічна теорія. – 2006. – № 2. – С.37-52.
10. Долан Э.Дж. Рынок: Микроэкономическая модель / Э.Дж. Долан, Д. Линдсей. – С.-Пб, 1992. – 496 с.
11. Енгстлер Петра. Ринкова економіка для бізнесменів-початковців / Петра Енгстлер. Пер. з нім. О.Логвиненка. – К.: Вік, 1992. - 223 с.
12. Коленченко Л.П. Наукові підходи до визначення і структури товарного ринку. / Л.П.Коленченко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2012. – № 3 (19). – С.49-52.
13. Кучеренко В.Р. Основи економічної кон'юнктури: навч. посіб. / В.Р. Кучеренко, В.А. Карпов. – К.: ЦНЛ, 2004. - 224 с.
14. Лутчин Н.П. Наукові підходи до визначення товарного ринку / Н.П.Лутчин, Я.Ю.Карпова // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 3 (117). – С.63-67.
15. Макаренко П.М. Теоретичні аспекти сутності ринку та його видів. / П.М. Макаренко, О.В. Сень. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.2/003.pdf>
16. Маслак В.О. Ринкова інфраструктура та її вплив на економічне зростання виробництва: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент та маркетинг» / В.О.Маслак. – Львів, 2002. – 20 с.
17. Мікроекономіка: підруч. / За ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання, 2007. - 677 с.
18. Околович О.М. Особливості функціонування монополізованих ринків в Україні / О.М. Околович // Економічний простір. – 2009. – № 24. – С.46.-49.
19. Павленко І.М. Мікроекономіка: навч. посібн. / І.М. Павленко. – К.: ЦНЛ, 2006. – 288 с.
20. Пасхавер О.Й. Державний сектор і функції держави у період кризи / О.Й. Пасхавер, Л.Т. Верховодова, О.М. Кошик та ін. – К.: СПД Моляр С.В., 2009. – 130 с.
21. Перерва П.Г. Ринок праці в сучасній економічній системі. / П.Г. Перерва. – 2008. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kpi.kharkov.ua/archive/2009/6/23_Pererva.pdf
22. Сотніков В.І. Мікроекономіка: підруч. / В.І. Сотніков. – Х.: ІНЖЕК, 2004. – 252 с.
23. Федько В.П. Інфраструктура товарного ринку / В.П. Федько, Н.Г. Федько. – Ростов н/Д: Феникс, 2000. – 512 с.
24. Филюк Г.М. Конкуренція і монополія в епоху глобалізації: монографія. / Г.М.Филюк. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2009. – 404 с.
25. Філіпович В.В. Розвиток теоретичних підходів до класифікації ринкових структур / В.В. Філіпович. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/pdf>
26. Шатілова О.В. Поняття, структура та функції ринку корпоративного контролю. / О.В. Шатілова, Б.Ю. Москвін // Проблеми економіки. – 2014. – № 4. – С.424-431.
27. Ясенєцький В.С. До питання про сутність і зміст ринкової інфраструктури. / В.С. Ясенєцький. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: irbis-nbuv.gov.ua/cgiirbis_64.exe?..

ТЕМА 7. ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Питання для теоретичної підготовки

1. Планування як функція управління, його принципи і методи.
2. Система планів підприємства, їх взаємозв'язок та порядок розробки.
3. Стратегічне планування на підприємстві.
4. Бізнес-планування, його характеристика.
5. Виробнича програма підприємства, її розроблення та обґрунтування.

**Ключові
терміни і
поняття**

планування, принципи планування, методи планування, види планів підприємства, поточний план, оперативно-виробниче планування, стратегічне планування, стратегія підприємства, бізнес-план, виробнича програма, товарна продукція, реалізована продукція, валова продукція, чиста продукція, незавершене виробництво

Мистецтво планувати так само цінне, як і вміння ці плани змінювати.

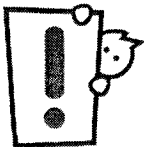
Борис Крігер

1. Планування як функція управління, його принципи і методи

Управління підприємством – це поєднання багатьох функцій: планування, організації, координації, регулювання, обліку, контролю, стимулювання та ін. Функції управління спрямовані на досягнення цілей підприємства.

В умовах ринку підприємства можуть досягти своїх бізнесових цілей, поставлених завдань шляхом постійного аналізу чинників внутрішнього стану, його зовнішнього середовища, виявлення перспектив можливого розвитку та шляхів їх реалізації, визначення векторів поведінки на ринку, заходів щодо протидії конкуренції та ін., тобто планування своєї діяльності. Отже, *планування є важливішою складовою управління підприємством, фактично його центральною функцією.*

Планування – це процес встановлення цілей підприємства та вибору найефективніших способів їх досягнення



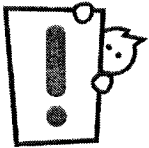
Мета планування – ліквідувати негативний вплив на підприємство мінливості середовища, в якому воно функціонує.

Суть планування проявляється в конкретизації цілей розвитку всього підприємства та кожного підрозділу зокрема на певний

період, встановленні завдань, визначенні засобів їх досягнення, термінів та послідовності реалізації, виявленні необхідних для вирішення поставлених завдань ресурсів.

Планування повинно забезпечити взаємозв'язок усіх структурних підрозділів підприємства у ланцюгу: наукові дослідження і розробки, виробництво продукції та її збут.

Здійснення на підприємстві процесу планування як управлінської функції повинно спиратись на аналіз, оцінку і прогнозування споживчого попиту, наявних ресурсів та перспектив розвитку ринкової кон'юнктури. Тому воно повинно бути тісно пов'язане з іншими управлінськими функціями (визначенням потреб споживачів та співставленням з можливостями їх задоволення, а також функцією контролю) з метою постійного коригування показників виробництва і збуту продукції як реакції на зміни ринкового попиту.



У ринкових умовах підприємства самостійно здійснюють весь комплекс планової роботи, проте розроблені ними плани не є «жорсткими», директивними, а мають рекомендаційний характер і зорієнтовані на задоволення підприємствами потреб споживачів у певних видах продукції, на співвідношення попиту і пропозиції, на конкретні договори між ринковими суб'єктами на постачання продукції.

При цьому підприємства самостійно визначають шляхи розвитку виробництва, обирають і використовують системи мотивації працівників, розробляють виробничу програму та ін. Серед планових показників найважливішими є натуральні показники, показники якості продукції та кінцеві показники діяльності підприємства.

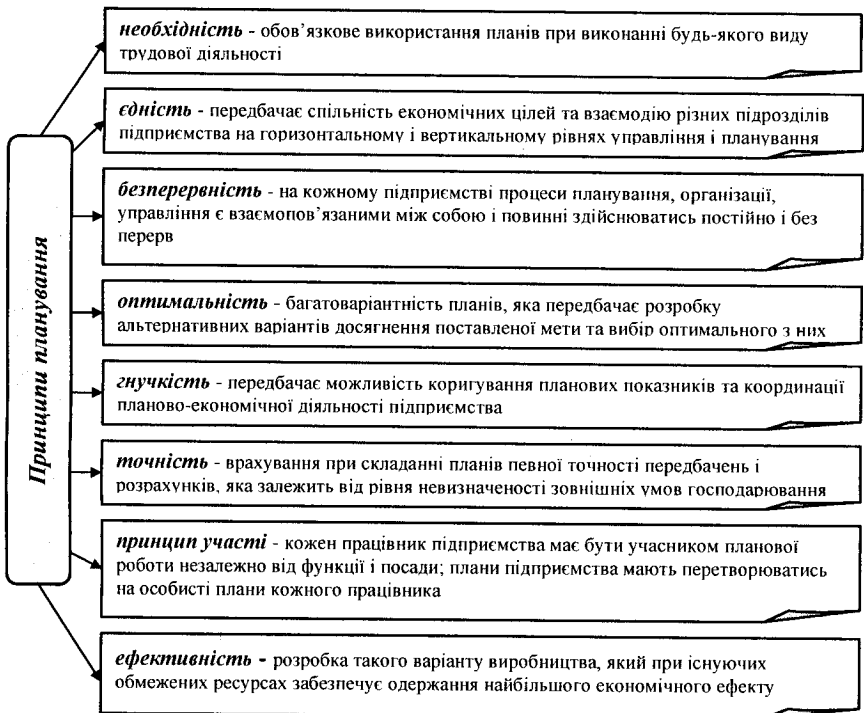
Створення системи планування на підприємстві вимагає певних затрат, але ефект від раціональної організації виробництва завжди перевищує їх. Тому не слід трактувати планування на підприємстві як сферу непродуктивних витрат і скорочувати витрати на нього, що часто спостерігається у практиці господарювання вітчизняних підприємств.

Якість планування на підприємстві в значній мірі залежить від врахування його **принципів**. Усі вони в практиці здійснення планової роботи на підприємстві дотримуються в процесі використання певних **методів планування**.

Методи планування – це конкретні способи, прийоми, за допомогою яких розраховуються числові значення планових показників і стратегічних програм

Найбільш використовуваними методами планування є:

- *ресурсний* – використовується при монопольному становищі підприємства на ринку або слабкій конкуренції; планові показники встановлюються, виходячи із ресурсних можливостей підприємства;
- *статистичний* – показники встановлюються з використанням середніх статистичних величин за даними минулих періодів;
- *факторний* – величини планових показників визначаються на підставі впливу на них різних техніко-економічних чинників;
- *балансовий* – полягає у використанні у планових розрахунках системи таблиць – балансів, які відображають потреби у певних видах ресурсів та джерела їх покриття;
- *економіко-математичні* – здійснюється оптимізація плану підприємства за допомогою математичних залежностей і прийнятого критерію оптимізації;
- *графоаналітичний* – передбачає використання графіків, діаграм при визначенні планових показників;

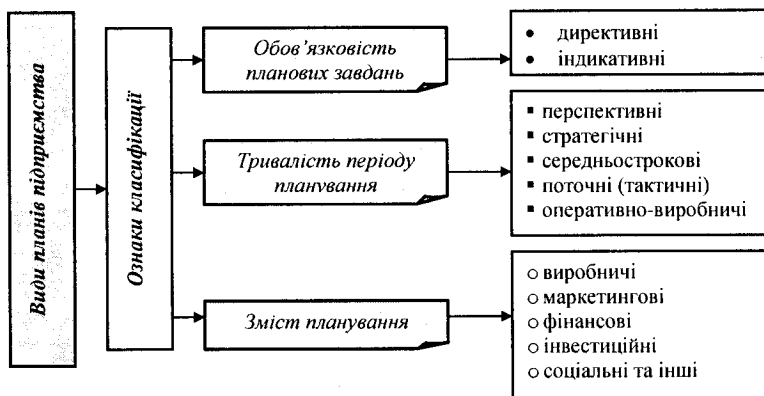


- *нормативний* – планові показники встановлюються на основі використання прогресивних норм витрат ресурсів з урахуванням зміни цих норм у плановому році.

Найбільшу ефективність планової роботи забезпечує поєднання різних методів планування залежно від реальних умов внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства та їх динаміки, *наприклад*, за умов слабкої конкуренції доцільно використовувати ресурсний метод планування, а в умовах її посилення – факторний, економіко-математичні та ін.

2. Система планів підприємства, їх взаємозв'язок та порядок розробки

У процесі розвитку ринкових відносин у практиці функціонування вітчизняних підприємств склалась певна система планування. Вона полягає у розробці планів різних видів та їх узгодженні між собою. Кожен з таких планів має свої особливості формування щодо об'єкту, змісту планування, тривалості періоду планування, масштабності завдань та ін.



Директивні плани є наслідком прийняття обов'язкових для виконання рішень. В адміністративно-командній економіці, *наприклад*, планування має директивний характер, а самі плани – силу закону. Проте таке планування не є антиподом ринку, його окремі елементи використовуються як бізнесовими структурами, так і державою в ринкових умовах господарювання.

Індикативні плани є результатом індикативного планування. Такі плани не є обов'язковим для виконання, а мають скеровуючий, рекомендаційний характер. У їх складі є обов'язковою для виконання лише обмежена кількість окремих завдань.

Індикативне планування використовується на рівні підприємств для розробки перспективних планів; а у поточному плануванні на підприємствах доцільним є директивне планування.

Як інструмент управління індикативне планування також використовується на макrorівні із застосуванням певних *індикаторів*. Ними є

параметри, що характеризують стан і напрямки розвитку економіки, вироблені органами державного управління.

Перспективні плани охоплюють період, більший, ніж 5 років. Такі плани покликані визначати довгострокову стратегію підприємства. Перспективне планування за формою є прогнозуванням, але за змістом вони відмінні. Прогнозування є одним із етапів перспективного планування. Воно є передбаченням, побудованим на ймовірності, дозволяє виявити альтернативні варіанти розвитку процесу або об'єкта і обґрунтувати вибір прийнятного варіанту.

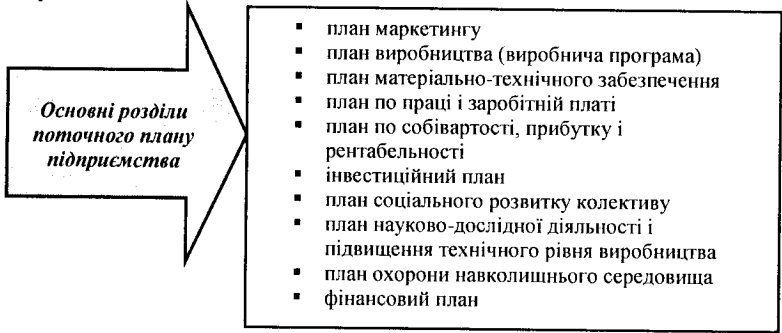
Результатом перспективного планування є **стратегічні плани**, які окреслюють найбільш віддалену перспективу в діяльності підприємства і є сукупністю взаємоузгоджених заходів і дій, що відображають довгострокові цілі та основні напрямки діяльності з обґрунтуванням ресурсного забезпечення.

Середньострокові плани охоплюють період 1-5 років. Вони деталізують перспективні щодо хронологічної послідовності досягнення цілей, ресурсного забезпечення їх досягнення, відповідальних за виконання осіб. Чіткої межі між перспективним і середньостроковим планами немає. Також інколи середньострокове планування може співпадати з поточним плануванням на підприємстві.

Поточні плани розраховані на період до 1 року, включаючи піврічне, кварталне, місячне планування. Поточні (тактичні) плани за сферою спрямування є набагато вужчими, ніж стратегічні або середньострокові, вони деталізують їх.

Найчастіше поточні плани розробляються на рік і регулюють діяльність підприємства з виробництва продукції, її збуту, матеріально-технічного забезпечення, фінансових результатах діяльності тощо. Такі плани шляхом прийняття відповідних рішень дозволяють швидко реагувати на зміни у діяльності підприємства та його середовищі.

Участь у розробці таких планів беруть усі підрозділи, керує розробкою очільник планово-економічного підрозділу підприємства разом з керівником підприємства.



**Основні розділи
поточного плану
підприємства**

- план маркетингу
- план виробництва (виробнича програма)
- план матеріально-технічного забезпечення
- план по праці і заробітній платі
- план по собівартості, прибутку і рентабельності
- інвестиційний план
- план соціального розвитку колективу
- план науково-дослідної діяльності і підвищення технічного рівня виробництва
- план охорони навколишнього середовища
- фінансовий план

Етапами розробки поточного плану підприємства є:

- аналіз результатів діяльності підприємства;
- дослідження ринку та формування портфеля замовлень на продукцію підприємства;
- розробка заходів щодо зростання ефективності діяльності підприємства та підвищення його конкурентоспроможності;
- обґрунтування окремих розділів плану;
- розгляд проекту плану Радою трудового колективу та його затвердження;
- доведення техніко-економічних показників плану до структурних підрозділів підприємства.

Місячні поточні плани включають той самий набір техніко-економічних показників, але з розбивкою по окремих місяцях календарного року.

Оперативно-виробниче планування є завершальним етапом у плануванні господарської діяльності підприємства. Основним завданням оперативно-виробничого планування є конкретизація показників поточного плану з метою організації щоденної планомірної і ритмічної роботи підприємства та його структурних підрозділів, а також контролі за їх діяльністю.

Оперативно-виробниче планування включає *календарно-виробниче планування і диспетчерування*.

Календарно-виробниче планування – це розробка *планів-графіків* виробництва та відвантаження продукції за зміну, добу, декаду, місяць та доведення їх до структурних підрозділів підприємства. *Наприклад*, такі плани-графіки навіть на робочу зміну розробляються на хлібозаводах, підприємствах тепло- та електропостачання тощо.

Диспетчерування – це оперативний контроль за виконанням поставлених завдань, виявлення відхилень у виробничому процесі, мобілізація ресурсів на їх усунення, а також запобігання таким відхиленням.

Оперативно-виробниче планування покликане забезпечити ритмічну роботу підприємства. Це особливо важливо для своєчасного і в повному обсязі виконання договірних зобов'язань. Таким видом планування займаються економісти планово-економічних підрозділів, відділів збуту, матеріально-технічного постачання, логістики, диспетчери цехів, а на великих підприємствах – виробничо-диспетчерський відділ.

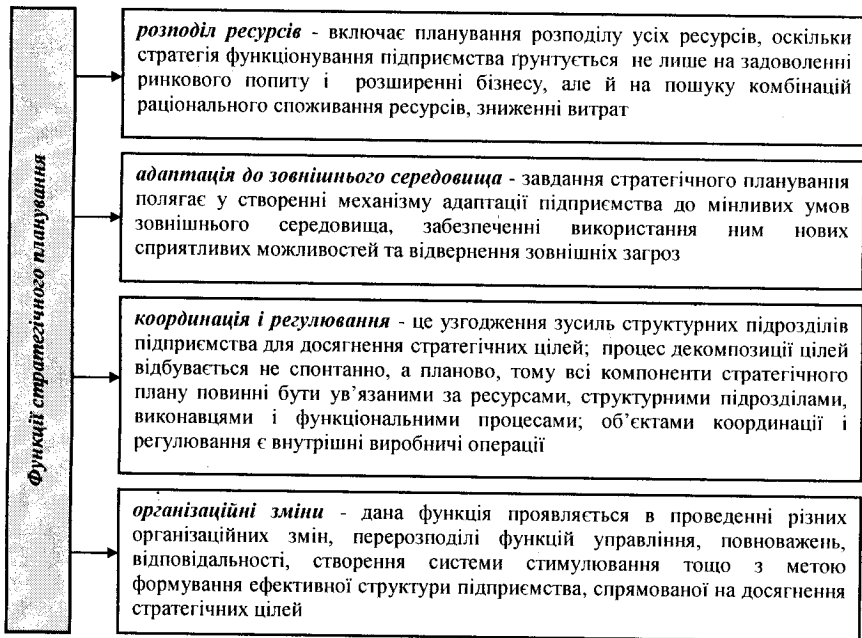
За *змістом планування* плани підприємства розробляються залежно від функціонального напрямку діяльності підприємства – виробництва, маркетингу, фінансів, інвестиційної діяльності тощо. По кожному з них підприємство формує перспективні і поточні цілі, розробляє відповідні заходи по їх досягненню.

Хто не дивиться далеко в майбутнє, того чекають близькі лиха.
Конфуцій

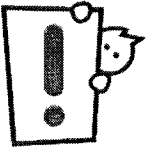
3. Стратегічне планування на підприємстві

Як зазначалось вище, залежно від періоду планування плани підприємства поділяються на стратегічні, тактичні і оперативні. Весь процес планування починається із розробки найбільш «далекоглядних» планів, тобто стратегічних. Далі вони конкретизуються у планах нижчих рівнів і доводяться до безпосередніх виконавців.

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



При розробці стратегії підприємства «вихідним пунктом» є його місія, тобто чітко виражена причина його існування на ринку. Місія «вдихає» зміст у роботу підприємства і робить його працівників більш цілеспрямованими. Вона дає відповідь на запитання: що саме, як саме і для кого робить підприємство, заради чого воно існує.

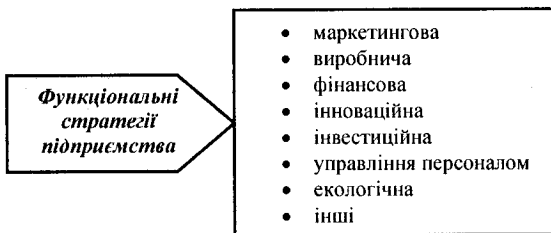
Прикладами місії можуть бути: «ROSHEN»: «Ми станемо лідером у сфері виробництва і задоволення потреби населення в якісних продуктах харчування на ринку України»; *Toyota*: «Сприяння людям, їхньому способу життя, суспільству й економіці за рахунок автомобільної промисловості»; *McDonald's*: «Швидке, якісне обслуговування клієнтів за допомогою стандартного набору продуктів».

На виконання місії підприємства спрямовуються його *стратегічні цілі*, тобто конкретний стан окремих характеристик підприємства, досягнення яких є для нього бажаним і на які спрямована його діяльність. Цілі підприємства можуть бути економічними і неекономічними.

Базовими стратегіями підприємства є:

- ❖ *стратегія зростання* – передбачає збільшення підприємства, часто через проникнення і захоплення нових ринків;
- ❖ *стратегія стабілізації* – оборонна стратегія, спрямована на збереження масштабів виробництва і частки підприємства на ринку;
- ❖ *стратегія скорочення* – передбачає згортання виробництва і закриття окремих виробництв і скорочення підрозділів; використовується в умовах існування загрози виживанню підприємства.

На виконання базових стратегій спрямовується розробка *функціональних стратегій підприємства* (стратегій окремих функціональних підрозділів).



Функціональні стратегії покликані забезпечити досягнення поставлених цілей підприємства і виконання його загальної стратегії на основі спеціалізації окремих функціональних підрозділів, які мають свою стратегічну орієнтацію.

4. Бізнес-планування, його характеристика

В умовах конкурентного середовища однією з важливіших складових системи планування на підприємстві є *бізнес-планування*. Процес бізнес-планування завершується розробкою бізнес-плану.

Бізнес-план – це комплексний плановий документ підприємницької діяльності, в якому передбачені заходи, спрямовані на реалізацію підприємницької ідеї і одержання прибутку

На відміну від традиційного поточного плану підприємства, бізнес-план враховує не лише його внутрішні, але й зовнішні цілі. *Внутрішньою ціллю бізнес-плану* є створення підґрунтя для ефективного управління підприємницькою діяльністю. *Основна зовнішня ціль* – переконати потенційних ринкових партнерів (інвесторів, кредиторів, постачальників, споживачів) в успіху бізнесу.

Мета розробки бізнес-плану:

- *започаткування власного бізнесу*, тобто техніко-економічне обґрунтування доцільності створення і функціонування підприємства;
- *залучення інвесторів*; найчастіше такий бізнес-план є бізнес-планом інвестиційного проекту діючого підприємства;
- *приватизація підприємства*.

Основними завданнями бізнес-плану є:

- o обґрунтування економічної доцільності напрямків розвитку підприємства;
- o розрахунок очікуваних фінансових результатів діяльності підприємства (обсягів продажу, прибутку, рентабельності);
- o виявлення джерел фінансування обраної стратегії, а також механізму концентрації фінансових ресурсів;
- o пошук, відбір працівників, здатних реалізувати даний бізнес-план.

Етапи бізнес-планування:

- 1) *підготовчий період* – підбір виконавців, консультантів, експертів, постановка завдання та розподіл обов'язків між виконавцями, розробка графіка виконання робіт, збір вихідної інформації;
- 2) *розробка бізнес-плану*;
- 3) *презентація бізнес-плану* – доведення основних положень бізнес-плану до зацікавлених суб'єктів, найчастіше інвесторів;
- 4) *реалізація бізнес-плану*.

Вихідною інформацією для розробки бізнес-плану є:

- *інформація про попит на продукцію (послуги)* – про місткість ринку, його географію, демографічну характеристику потенційних споживачів, перспективи розвитку ринку та ін.;

- *виробнича інформація* – про технологію виготовлення продукції, необхідні виробничі площі, обладнання, сировину, чисельність і кваліфікаційний склад персоналу тощо;
- *фінансова інформація* – про необхідні розміри грошових коштів для реалізації бізнес-проекту, джерела та умови їх одержання.

Структура бізнес-плану може бути різною в залежності від мети його розробки. Техніко-економічне обґрунтування доцільності створення нового підприємства вимагає бізнес-плану з високим ступенем деталізації показників. Бізнес-плани інвестиційних проєктів вимагають найважливіших показників ефективності (результативності) бізнесу. Бізнес-плани для приватизації об'єктів державної або комунальної власності розробляються тоді, коли така приватизація проводиться на конкурсній основі і фактично «конкурс бізнес-планів» дає можливість обрати найбільш ефективний варіант приватизації об'єкта.



Світова і вітчизняна практика не знає законодавчо визначеної структури бізнес-плану, тобто чіткого переліку його розділів.

Однак, відповідно до стандартів UNIDO (United Nations Industrial Development Organization) Міністерство економіки України наказом від 06.09.2006р. затвердило «*Методичні рекомендації з розроблення бізнес-плану підприємств*», які можуть слугувати основою, орієнтиром для розробки бізнес-плану підприємства та визначення його структури.

Відповідно до цих рекомендацій бізнес-план підприємства складається з таких основних розділів:

1. Резюме.
2. Характеристика підприємства.
3. Характеристика продукції (послуг).
4. Дослідження та аналіз ринків збуту продукції (послуг).
5. Характеристика конкурентного середовища та конкурентні переваги.
6. План маркетингової діяльності.
7. План виробничої діяльності підприємства.
8. Організаційний план.
9. План охорони навколишнього середовища.
10. Фінансовий план та програма інвестицій.
11. Аналіз потенційних ризиків.
12. Бюджетна та економічна ефективність бізнес-плану.
13. Соціально-економічні наслідки реалізації бізнес-плану.

Слід особливу увагу звернути на *резюме бізнес-плану*, яке ще називають «міні бізнес-планом». Обсяг резюме – кілька сторінок, але у ньому містяться основні положення всього бізнес-плану. На підставі резюме можна зробити висновок про весь бізнес-проєкт, тому в резюме необхідно зазначити коротку,

ясну і важливу інформацію про нього. Резюме має містити мінімум спеціальних термінів і давати відповідь на основні питання: мета проекту, загальна характеристика підприємства, необхідні інвестиції та ресурси, вигоди для підприємства, держави, громади певного населеного пункту від реалізації проекту, співінвестори, гарантії та засоби контролю за реалізацією проекту, а також коротко обсяги продажу, витрати, прибуток, термін окупності вкладень, ризики.

Усі наступні пункти бізнес-плану розшифровують інформацію з резюме і доводять правильність розрахунків.

Для успіху бізнес-плану не менш важливим, ніж його зміст, є оформлення і стиль. Неакуратно і неграмотно оформлений, надто стислий або розлогий бізнес-план не знайде підтримки у потенційних інвесторів. Тому існують певні **правила складання і оформлення бізнес-плану**:

- речення мають бути короткими, ясними і чіткими, без зайвої «наукоподібності»;
- текст не має бути переобтяженим технічними або іншими спеціальними термінами;
- має містити лише ту інформацію, яка має відношення до бізнесової справи;
- ідеї бізнес-плану мають бути реальними, а не надто амбіційними;
- доречно використати діаграми, графіки, таблиці, фото, які допомагають сформувати позитивне враження про бізнес-ідею;
- структура бізнес-плану має бути чіткою з поділом на короткі параграфи;
- доцільно виділяти кольором, шрифтами основні положення і висновки бізнес-плану;
- титульний листок має містити назву бізнес-плану із зазначенням виду діяльності підприємства, його юридичної адреси або прізвища та ініціалів підприємця;
- оптимальним вважається обсяг бізнес-плану на 30-50 сторінок з врахуванням титульного листка і змісту.

Бізнес-план може містити *додатки* у вигляді таблиць, фото, відео, рисунків тощо, які доповнюють і деталізують викладені у ньому положення і розрахунки, дозволяють зацікавленим особам ґрунтовніше ознайомитись з бізнес-ідеєю, її ресурсним забезпеченням та шляхами реалізації.

Доки ви не зрозуміли споживача, ви не зможете зрозуміти сутності діяльності вашого підприємства.

Т. Пітерс, Р. Уотерме

5. Виробнича програма підприємства, її розроблення та обґрунтування

Виходячи з основної мети функціонування підприємства на ринку, план виробництва і реалізації продукції, робіт і послуг для задоволення ринкових потреб є ключовим розділом поточного або перспективного плану підприємства.

Виробнича програма (план виробництва і реалізації продукції) – це система адресних завдань з виробництва і доставки продукції споживачам у розгорнутій номенклатурі, асортименті, відповідної якості і у встановлені терміни згідно з договорами поставок

Для формування виробничої програми підприємства, яка забезпечила б йому належні обсяги збуту продукції, рівень доходів і прибутків, насамперед необхідно у поточному плані підприємства або бізнес-плані представити інформацію про саму продукцію, оцінити ринки її збуту, можливості їх розширення, конкурентів тощо.



В процесі обґрунтування плану виробництва і реалізації продукції в умовах ринку ключова роль належить маркетингу. Результати маркетингової діяльності підприємства повинні забезпечити відповідь на запитання: що саме, скільки, коли, для кого слід виробляти підприємству для того, щоб працювати рентабельно.

Діяльність підприємств згідно із законами маркетингу ґрунтується на тезі: підприємства повинні виробляти те, що потрібно споживачам, а не те, що вони хочуть виробляти або можуть продати. Для успішного ведення бізнесу служба маркетингу підприємства всебічно вивчає ринок для визначення оптимального асортименту та обсягу продукції, враховуючи потреби потенційних споживачів. На основі таких досліджень укладають господарські договори зі споживачами, посередниками, формується виробнича програма.

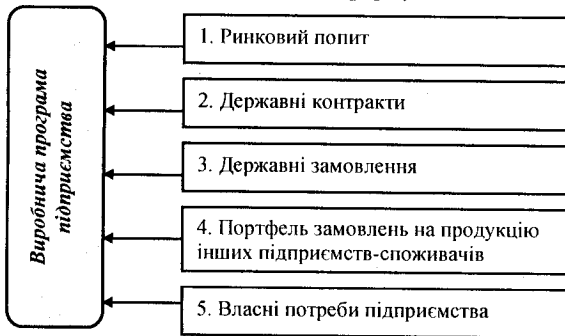
Крім того, роль маркетингу полягає не лише у виявленні величини сукупного ринкового попиту на продукцію підприємства, а й у формуванні цього попиту через виготовлення та виведення на ринок нових видів продукції з новими властивостями, дизайном та ін. У цьому процесі визначальна роль належить рекламі, іншим засобам маркетингових комунікацій.

Формування виробничої програми підприємств базується на таких правилах:

- виробнича програма орієнтується на потреби конкретних споживачів, на якісне і своєчасне виконання договірних зобов'язань;
- в основі виробничої програми лежать договори на поставку певної продукції;
- пріоритетними у виробничій програмі є натуральні показники і показники якості продукції як такі, що найбільшій повно відображають ступінь задоволення ринкових потреб;
- планування виробничої програми має бути гнучким, в поточних і оперативних планах мають коригуватись відповідні показники з урахуванням змін у поставках сировини, фінансовій спроможності покупців та ін.;
- виробнича програма підприємства повинна бути обґрунтованою з точки зору ресурсів та його виробничих потужностей;

- план виробництва і реалізації продукції має бути багатоваріантним і забезпечувати можливість вибору оптимального варіанту.

Виробнича програма підприємства формується на основі різних джерел.



1. На основі вивчення стану і перспектив розвитку *ринкового попиту* підприємством укладаються зі споживачами-покупцями угоди на постачання продукції (торговельними підприємствами, гуртовиками, біржами).
2. *Державні контракти* є засобом забезпечення потреб споживачів, які фінансуються за рахунок державного бюджету, а також поновлення державного резерву; *наприклад*, виробництво інсуліну, що фінансується за рахунок державних програм – контракти з фармацевтичними фірмами, поповнення державного резерву зерна, м'яса – контракти з агровиробниками тощо.
3. *Державні замовлення* розміщуються на підприємствах пріоритетних галузей економіки для стимулювання виробництва дефіцитних видів продукції, впровадження нових технологій та фінансуються за рахунок власних або кредитних коштів підприємства. Держава може надавати певні пільги таким виробникам.
4. *Портфель замовлень на продукцію інших підприємств-споживачів* формується на основі контрактів між підприємствами-виробниками і підприємствами-споживачами та відображає постійні прямі господарські зв'язки між ними; *наприклад*, кондитерські фабрики мають такі угоди з виробниками борошна, цукру, джемів; підприємства автомобільної промисловості – з металургійними, текстильними комбінатами та ін.
5. *Власні потреби підприємства* також частково покриваються за рахунок власної ж продукції, тому виробнича програма має враховувати їх; *наприклад*, підприємства енергетики самі ж споживають її.

Виробнича програма підприємства складається із двох розділів:

- 1) план виробництва у натуральних вимірниках, який дозволяє оцінити ступінь задоволення потреб споживачів у продукції;
- 2) план виробництва у вартісних показниках – дозволяє оцінити результативність діяльності підприємства.

Натуральні показники відображають обсяг виробництва в натуральних одиницях за номенклатурою та асортиментом.

Номенклатура – це перелік видів продукції, які виробляє підприємство.

Асортимент – це різновиди (артикули) продукції в межах даної номенклатури.

Натуральні показники представляються у фізичних одиницях виміру (тонни, штуки, метри тощо). Як правило, такі показники застосовуються для вимірювання обсягів виробництва однорідної продукції. Якщо ж така продукція відрізняється окремими параметрами і характеристиками (об'ємом, калорійністю, продуктивністю, розміром), то доцільно використовувати *умовно-натуральні* одиниці вимірювання обсягу продукції, *наприклад*, умовне паливо, умовні банки та ін. Такі показники дозволяють привести до зіставного виду різнорідну продукцію.

Обсяг виробництва продукції в натуральних одиницях (ОВ) у певному періоді визначається на основі обсягу поставок (ОП):

$$OB = OP - Z_n + Z_k \text{ од.},$$

де Z_n, Z_k – запаси продукції на складі відповідно на початок і кінець планового періоду, од.

Вартісними показниками виробничої програми є:

1. Товарна продукція (ТП) – це частина виготовленої на підприємстві продукції, яка призначена для реалізації на сторону. ТП включає вартість готової продукції, робіт, послуг, капітального ремонту підприємства, капітального будівництва для непромислових підрозділів свого підприємства, напівфабрикатів і запчастин для продажу на сторону, тари, яка не включена в гуртову ціну продукції.

Обсяг товарної продукції визначається за формулою:

$$TP = \sum_{i=1}^n N_i \times C_i + P, \text{ грн.}$$

де N_i – випуск продукції i -го виду в натуральних одиницях;
 C_i – гуртова ціна підприємства одиниці виробу i -го виду, грн.;
 P – вартість робіт і послуг на сторону, грн.;
 n – кількість видів продукції, що виготовляються на підприємстві.

2. Валова продукція (ВП) включає всю продукцію у вартісному виразі, незалежно від ступеня її готовності, і визначається:

$$BP = TP - (H3B_n - H3B_k) - (I_n - I_k), \text{ грн.},$$

де $H3B_n, H3B_k$ – вартість залишків незавершеного виробництва на початок і кінець планового періоду, грн.;

I_n, I_k – вартість інструменту для власних потреб на початок і кінець планового періоду, грн.

3. Реалізована продукція (РП) – це продукція, яка відвантажена споживачам та за яку надійшли кошти на поточний рахунок підприємства або мають надійти у чітко встановлені терміни.

$$РП = ТП + (Г_n - Г_k) + (B_{мн} - B_{нк}), \text{ грн.},$$

де G_n, G_k – залишки готової нереалізованої продукції на початок і кінець планового періоду, грн.;

$B_{мн}, B_{нк}$ – залишки продукції відвантаженої, але не оплаченої на початок і на кінець планового року, грн.

4. Чиста продукція (ЧП) характеризує нову (додану) вартість, створену на підприємстві за певний період.

$$ЧП = ТП - (M + A), \text{ грн.},$$

де M – матеріальні витрати на виробництво продукції, грн.;

A – сума амортизаційних відрахувань за відповідний період, грн.

5. Умовно-чиста продукція (УЧП) використовується для оцінки доданої вартості у галузях з високим рівнем технічного оснащення виробництва та відрізняється від чистої продукції сумою амортизаційних відрахувань:

$$УЧП = ЧП + A, \text{ грн.}$$

6. Обсяг незавершеного виробництва. Незавершене виробництво – це продукція, яка не пройшла усіх стадій обробки і знаходиться на робочих місцях або в процесі транспортування між ними.

$$НЗВ = (N \times C \times T_{ц} \times K_{нз}) / D, \text{ грн.},$$

де N – кількість виробів у незавершеному виробництві, натур. од.;

C – собівартість одного виробу, грн.;

$T_{ц}$ – тривалість циклу виготовлення одного виробу, робочих днів;

$K_{нз}$ – коефіцієнт наростання затрат при виготовленні виробу;

D – кількість робочих днів у розрахунковому періоді.

$$K_{нз} = (M + 0,5 \dot{C}) / C \text{ або } K_{нз} = (C_o + 0,5 C_n) / (C_o + C_n),$$

де M – сума матеріальних витрат на виробництво одного виробу, грн.;

\dot{C} – собівартість виробу без матеріальних витрат, грн.;

C_o – одноразові витрати на початку циклу виготовлення продукції, грн.;

C_n – поточні витрати на виготовлення продукції, грн.

Крім зазначених, вартісними показниками виробничої програми є **валовий оборот підприємства** (обсяг валової продукції незалежно від того чи вона буде використана в межах підприємства, чи поза ним), **внутрізаводський оборот** (вартість продукції підприємства, яка використовується всередині нього для подальшої переробки).

Ринкова потреба у продукції підприємства має бути узгоджена з його можливостями щодо її виробництва. Тому для забезпечення вчасного та повного виконання виробничої програми необхідно **обґрунтувати її наявними виробничими ресурсами підприємства**, в тому числі:

✓ *основними виробничими фондами* (обсяг виробництва продукції визначається середньорічною вартістю основних фондів та величиною фондовіддачі одиниці обладнання);

✓ *трудовими ресурсами* (обсяг випуску продукції розраховується, виходячи із чисельності персоналу підприємства та досягнутого рівня його продуктивності праці);

✓ *матеріальними ресурсами* (обсяг виробництва визначається загальною потребою у певному матеріалі та нормою його витрат на одиницю продукції);

✓ *виробничою потужністю підприємства*, яка характеризує максимально можливий обсяг випуску продукції при заданих організаційно-технічних умовах (обсяг виробництва продукції буде залежати від величини виробничої потужності підприємства та запланованого коефіцієнту її використання).



Питання для самоконтролю

1. Для чого в процесі планування діяльності підприємства слід дотримуватись певних засад (принципів)? Поясніть, наведіть приклади.
2. Чи доцільно використовувати ресурсний метод планування при жорсткій конкуренції у галузі?
3. Поясніть сутність індикативного планування та відмінність у його застосуванні на рівні підприємства та макрорівні.
4. Що таке оперативно-виробниче планування? Охарактеризуйте його складові.
5. Поясніть сутність поняття «місія підприємства». Наведіть приклади.
6. Що таке базові стратегії підприємства, яка між ними відмінність і коли вони реалізуються?
7. Яка вихідна інформація, необхідна для розробки бізнес-плану, на вашу думку, є найважливішою? Чому?
8. Охарактеризуйте особливості формування виробничої програми підприємства в умовах ринку.
9. На яких підприємствах при формуванні їх виробничої програми доцільно використовувати показники чистої та умовно-чистої продукції? Поясніть.
10. Якими ресурсами має бути обґрунтована виробнича програма підприємства?



Література

1. Афанасьєв М.В. Стратегія підприємства: навч.-метод. посіб. / М.В. Афанасьєв, Г.О. Селезньова. – Харків: ВД «НЖЕК», 2007. – 272 с.
2. Бойчик І.М. Економіка підприємства: навч. посіб. Вид. 2-ге, доп. і перер./ І.М. Бойчик. – К.: Атіка, 2006. – л 528 с.
3. Бизнес-план: стандарты бизнес-планирования. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://biznes-planu.blogspot.com/p/blog-page_12.html
4. Брустїнов В.М. Планування діяльності підприємства: теорія та практика: навч. посіб. / В.М. Брустїнов, Н.І. Колишкіна. – Мелітополь: ВД ММД, 2008. – 248 с.
5. Бухалков М.И. Планирование на предприятии: учеб. для вузов. – 4-е изд, испр. и доп. / М.И. Бухалков. – М.: ИНФРА-М, 2010. - 416 с.
6. Воротїна Л. І. Бизнес-планирование: методология, методика, механизм: навч. посіб. для студ. ВНЗ / Л.І. Воротїна, В.Є. Воротїн, В.П. Чайковська; Європ. ун-т. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2010. – 223 с.
7. Гринкевич С.С. Роль виробничих критеріїв у формуванні оптимальної виробничої програми. / С.С. Гринкевич, В.Я. Лозинський. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pdaa.edu.ua/np/pdf5/15.pdf>
8. Гринчуцький В.І. Теоретичні основи процесу формування виробничої програми промислового підприємства / В.І. Гринчуцький, Т.І.Пушкар // Вісник Хмельницького національного університету. – 2008. – Т.1, № 3. – С.119-123.
9. Залуцький І.Р. Планування і діагностика діяльності підприємств: навч. посіб. / І.Р. Залуцький, В.М. Цимбалюк, С.Г. Шевченко / Львів. регіональний ін-т держ. упр. нац. акад. держ. упр. при Президентові України. – Львів: Новий Світ-2000, 2009. – 320 с.
10. Економічна безпека національної економіки: інвестиційно-інноваційний аспект: монографія. / І.М. Грищенко, М.П. Денисенко, А.П. Гречан, В.В.Лойко та ін. – Донецьк: РВВ. ДВНЗ «ДонНТУ», 2012. – 430 с.
11. Іванова В. В. Планування і контроль на підприємстві: навч. посіб. для внз / В.В.Іванова. - Суми: «Університетська книга», 2011. – 444 с.
12. Кїрсанова Т.О. Проблеми та перспективи фїнансового планування на підприємствї. / Т.О.Кїрсанова, Н.А.Дьяченко // Вісник СумДУ. Серїя «Економіка». – 2011. – № 4. – С.48-57.
13. Князь С.В. Бизнес-планирование инновационных проектов: сущность технологий, переваги і недолїки. / С.В. Князь, Н.Г. Георгїадї, Я.С. Богїв // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. № 2. – С.199-207.
14. Коваленко О.В. Система планування на підприємствї. / О.В. Коваленко, К.В. Ташева. – 2014. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_6_028.pdf
15. Корецький М.Х. Стратегїчне управління. / М.Х. Корецький, А.О. Дегтяр, О.І. Дацій. – К.: ЦУЛ, 2007. – 240 с.
16. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: підруч. / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. – К.: Академвидав, 2007. – 464 с.
17. Кузьмін О. Стратегїчна діяльність підприємства: значення та перспективи розвитку. / О. Кузьмін, Н. Петришин, К. Дорошкєвич // Науковиц вісник. – 2011. – Вип.8 «Демократичне врядування». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.Ivivacademy.com/visnik8/fail/Kuzmin.pdf>
18. Литвин Ю.О. Фїнансове планування на підприємствах в сучасних умовах / Ю.О. Литвин, В.І. Магвїйчук // Актуальні проблеми розвитку фїнансово-кредитної системи України. – Донецьк, ДонІНТУ, 2009. – С.67-85.

19. Лосев В.А. Как составить бизнес-план. Практическое руководство с примерами готовых бизнес-планов для разных отраслей. / В.А.Лосев.- М.: ООО «ИД Вильямс», 2011. – 208 с.
20. Міценко Н.Г. Ресурсне обґрунтування виробничої програми підприємства. / Н.Г. Міценко, У.Р. Кіндрат // Вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип.20.8. – С.285-290.
21. Москалюк В.С. Планування діяльності підприємства: навч. посіб. / За заг. ред. В.Є. Москалюка. – К.: КНЕУ, 2005. – 384 с.
22. Мостовий С.П. Обґрунтування виробничої програми підприємства в ринкових умовах. / С.П. Мостовий, Е.П. Чекаліна, Н.І. Сікетіна. – 2011. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kpi.kharkov.ua/archive/2011/8/82011_25.pdf
23. Планування діяльності підприємства: Опорний конспект лекцій / Н.Г. Грядунова, О.В. Пахлова, І.В. Тісагдіо, А.В. Семенькова. – Дніпропетровськ: НМетАУ, 2009. – 56 с.
24. Покропивний С.Ф. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: навч. посіб. - Вид. 2-ге, доп. / С.Ф. Покропивний, С.М. Соболев, Г.О. Швиданенко, О.Г. Дерев'яно. – К.: КНЕУ, 2002. – 379 с.
25. Тарасюк Г.М. Планування діяльності підприємства: навч. посіб. – 2-е вид. / Г.М. Тарасюк, Л.І. Шваб. – К.: Каравела, 2005. – 312 с.
26. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегий: учеб. для вузов. – Пер с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.Н. Соколовой. / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
27. Швайка Л.А. Планування діяльності підприємства: навч. посіб. – Вид. 2-ге. / Л.А. Швайка. – Львів: Новий Світ-2000, 2004. - 268 с.
28. Федоренко Г.М. Проблеми порівняння виробничих потужностей підприємств. / Г.М. Федоренко // Макаровські читання – 2013. Всеукраїнський форум молодих науковців. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: conference.nuos.edu.ua/catalog/files/.../22563.p..
29. Шершньова З.С. Стратегічне управління. / З.С. Шершньова. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.
30. Шудра В.Ф. Як підготувати успішний бізнес-план. / В.Ф. Шудра, А.М. Белічко. – К.: VOCA, 1994. – 108 с.
31. Янковець Т.М. Економічна сутність бізнес-плану інноваційного проекту. / Т.М.Янковець. – 2013. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: knutd.com.ua/.../pdf/.../statja_yankovec_2.pdf
32. Янковець Т. М. Механізм розвитку інноваційного потенціалу підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Т.М.Янковець; Київ: нац. ун-т технологій та дизайну. – К., 2012. - 21 с.

ТЕМА 8. ПЕРСОНАЛ ПІДПРИЄМСТВА, ПРОДУКТИВНІСТЬ І ОПЛАТА ПРАЦІ

Питання для теоретичної підготовки

13. Персонал підприємства, його склад.
14. Структура персоналу підприємства, чинники, що впливають на неї.
15. Розрахунок чисельності працюючих на підприємстві.
16. Управління персоналом підприємства.
17. Продуктивність праці, показники і методи її вимірювання.
18. Планування росту продуктивності праці.
19. Організація і нормування праці на підприємстві.
20. Мотивація як процес симулювання працівників, її моделі і методи.
21. Поняття, види і шляхи росту заробітної плати.
22. Тарифна система, її елементи.
23. Форми і системи оплати праці.
24. Формування фонду оплати праці на підприємстві.

**Ключові
терміни і
поняття**

персонал підприємства, категорії персоналу, професія, спеціальність, кваліфікація, структура персоналу, управління персоналом, спискова чисельність персоналу, явочна чисельність персоналу, норма обслуговування, норма виробітку, баланс робочого часу, продуктивність праці, виробіток, трудомісткість, наукова організація праці, мотивація праці, заробітна плата, види заробітної плати, тарифна система, тарифна сітка, тарифні розряди, погодинна заробітна плата, відрядна заробітна плата, системи оплати праці, безтарифна система оплати праці, система участі в прибутках, контрактна система оплати праці, фонд оплати праці

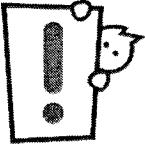
*Заберіть у мене мої заводи і через рік я побудую нові.
Заберіть у мене мою команду і через рік мої заводи заростуть травою.*

Генрі Форд

1. Персонал підприємства, його склад

Досконалість використовуваних на підприємстві засобів і предметів праці (обладнання, приладів, установок, сировини, матеріалів тощо) не є запорукою одержання ним високих кінцевих результатів виробництва. Це пояснюється тим, що ефективність функціонування підприємств найбільшою мірою залежить від забезпечення їх професійними і кваліфікованими кадрами. Їх називають *персоналом підприємства*.

Персонал підприємства – це сукупність постійних працівників, які мають необхідну професійну підготовку та (або) практичний досвід і навички роботи



Крім постійних працівників, у роботі підприємства можуть брати участь інші працездатні особи на умовах тимчасових трудових угод (контрактів).

В умовах ринкової економіки, коли загострюється протистояння виробників продукції, роль трудових ресурсів у забезпеченні ефективності виробництва суттєво зростає, оскільки саме людський капітал є наріжним каменем забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Вагомість ролі кадрів у забезпеченні ефективної роботи підприємства посилюється ще й тим, що його персонал має бути здатним виробляти нові ідеї, впроваджувати їх у життя в умовах інноваційного виробництва, його високої наукомісткості.

На перший план в умовах конкуренції «виходять» питання якості продукції, а це також змінює комплекс вимог до працівників, підвищує значимість високого професіоналізму і творчого, не формального ставлення до праці.

Весь персонал підприємства поділяється на *дві великі групи*:

- **промислово-виробничий персонал (ПВП)** – працівники, які зайняті у виробництві або його обслуговуванні: в основних і допоміжних підрозділах підприємства, в заводських лабораторіях і дослідних установах, апарат заводоуправління, працівники охорони;
- **непромисловий персонал (НПП)** – працівники, які безпосередньо не пов'язані з процесом виробництва, а працюють у підрозділах невиноробничої сфери підприємства (закладах культури, охорони здоров'я, житлово-комунальному господарстві тощо).

Такий поділ персоналу необхідний для узгодження трудових показників з показниками результатів трудової діяльності (при визначенні продуктивності праці враховується чисельність промислово-виробничого персоналу), для розрахунків заробітної праці і формування фонду оплати праці.

Залежно від виконуваних функцій персонал підприємства поділяється на чотири категорії: робітники, службовці, спеціалісти, керівники.

Важливою є класифікація персоналу за **професіями, спеціальностями і кваліфікацією**.

Професія характеризує вид трудової діяльності, яка потребує спеціальних знань, підготовки і практичних навичок. Професія вказує на галузеву приналежність і відображає особливості технології виготовлення продукції та

специфічні умови праці у певній галузі (*наприклад*, машинобудівники, будівельники, текстильники і т.д.).

Спеціальність виділяється в межах певної професії і характеризує відносно вузький різновид трудової діяльності, яка вимагає від виконавця робіт вужчої, але глибшої підготовки, *наприклад*, у складі машинобудівників можна виділити спеціальності: фрезерувальники, токарі, інструментальники, слюсарі та ін.

Професії і спеціальності відображають лише галузь прикладання праці. З виникненням нових галузей, виробництв, з розвитком науки і техніки з'являються нові професії і спеціальності, *наприклад*, ріелтори, маркетологи, креативні менеджери, дизайнери та ін.

Категорії персоналу підприємства

Робітники – в залежності від відношення до процесу створення продукції поділяються на *основні* (беруть безпосередню участь у процесі виготовлення продукції) і *допоміжні* (виконують функції допомоги і обслуговування основного виробництва). В умовах впровадження досягнень НТП у виробництво поділ робітників на основні і допоміжні є умовним. Крім того, такий поділ обумовлюється галузевою приналежністю підприємства. До категорії «робітники» також належать прибиральники, гардеробники, кур'єри, чергові, сторожі, телефоністи, оператори зв'язку, листоноші та ін.

Службовці – працівники, які здійснюють господарське обслуговування, підготовку та оформлення документації, функції обліку і контролю (обліковці, табельники, касири, діловоди, архіваріуси, коректори технічної документації, креслярі, стенографісти тощо). Виконання перелічених видів робіт не вимагає тривалої фахової підготовки і високого рівня кваліфікації працівників

Спеціалісти – працівники, які займаються інженерно-технічними, економічними, юридичними та іншими роботами, що вимагають спеціальної висококласної фахової підготовки; до них належать інженери, економісти, соціологи, технологи, ревізори, товарознавці тощо. Кваліфікаційний рівень цієї категорії персоналу має бути достатньо високим, оскільки саме вони безпосередньо впливають на формування рішень керівного складу працівників підприємства, доводять ці рішення до безпосередніх виконавців, контролюють їх виконання, при необхідності коригують та ін.

Керівники – займають посади керівників підприємства та його структурних підрозділів: директори, начальники, завідувачі, головні спеціалісти, майстри, а також заступники керівників, що займають перелічені посади. Керівники підприємства визначають принципові засади функціонування і напрямки розвитку підприємства, затверджують його стратегію поведінки на ринку, формують основи взаємовідносин з конкурентами, постачальниками, споживачами та ін. Разом з тим вони несуть повну відповідальність за ефективність і результати функціонування підприємства

Кваліфікація характеризує якість і складність праці, відображає сукупність спеціальних знань і навиків, які визначають ступінь підготовки працівника до виконання професійних функцій певної складності.

2. Структура персоналу підприємства, чинники, що впливають на неї

Структура персоналу підприємства є співвідношенням між окремими групами і категоріями його персоналу. Розрізняють такі види структури залежно від класифікаційної ознаки:

1. *Функціональна структура персоналу підприємства* – це кількісне співвідношення між різними категоріями працівників, які відрізняються характером виконуваних функцій; найшвидшими темпами зростає чисельність спеціалістів і службовців, що пояснюється підвищенням технічної оснащеності виробництва, збільшенням обсягів науково-дослідних і управлінських робіт, ускладненням виробничих зв'язків тощо.
2. *Професійно-кваліфікаційна структура* – це частка працівників різних професій та кваліфікаційних рівнів у загальній чисельності персоналу; зміни у такій структурі можуть бути викликані якісними і кількісними змінами у галузевій структурі виробництва, змінами у технології виробництва та організації праці, в індивідуальних характеристиках самої робочої сили; кваліфікаційна структура визначається окремо для різних категорій персоналу, оскільки вони мають різні кваліфікаційні ознаки.
3. *Статева структура персоналу* характеризує співвідношення працівників різних статей у загальній чисельності персоналу підприємства; є галузі та виробництва з переважно «жіночою» працею, *наприклад*, текстильна, трикотажна, швейна. Підприємствам таких галузей необхідно вирішувати низку проблем соціально-економічного характеру.
4. *Вікова структура персоналу* відображає співвідношення чисельності працівників відповідних вікових груп у загальній чисельності персоналу підприємства.

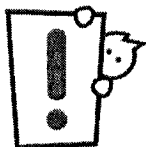
Структура персоналу підприємства, особливо його професійно-кваліфікаційний склад, *формується під впливом різних чинників*, серед яких можна виділити:

- ❖ зростання попиту на кваліфіковану робочу силу, що пояснюється вимогами сучасних техніки, технологій, швидкими темпами оновлення самої продукції;
- ❖ нестача на підприємствах кадрів робітничих професій, що є наслідком змін у системі професійної освіти та економічним занепадом низки промислових підприємств;
- ❖ перерозподіл персоналу зі сфери промисловості та сільського господарства у сферу ринкової інфраструктури;
- ❖ залучення для роботи на підприємствах працівників з більш високим рівнем освіти, ніж є у тих, котрі вибувають за межі працездатного віку;

- ❖ невідповідність між реальними потребами (попитом) підприємств у робочій силі певних спеціальностей та кваліфікації та її пропозицією на ринку праці, що є наслідком «перекосів» у системі освіти.

Перед тим, як найняти людину на роботу, подумай, чи хотів би ти з нею повечеряти? Якщо ні – забудь про неї.
Дон Мелло

3. Розрахунок чисельності працюючих на підприємстві



Чисельність персоналу підприємства складається із чисельності кожної із його категорій. Вона обчислюється сумуванням чисельності основних робітників, допоміжних робітників, службовців, спеціалістів та керівників.

Чисельність персоналу також можна розглядати як суму чисельності ПВП та чисельності НПП.

При обчисленні чисельності працюючих на підприємстві насамперед слід розрізнити їх спискову, середньоспискову і явочну чисельність.

Спискова чисельність ($Ч_{сп}$) – це чисельність усіх постійних, тимчасових і сезонних працівників, які прийняті на роботу на один і більше днів, незалежно від того, чи перебувають вони на роботі, у відпустці, відрядженні, «на лікарняному» тощо.

Середньоспискова чисельність ($Ч_{ссп}$) за місяць обчислюється як відношення суми чисельності за кожен день місяця до кількості календарних днів у місяці. **Середньоспискова чисельність за квартал або рік** визначається як середньоарифметична величина середньоспискової чисельності працівників підприємства за відповідні місяці.

Явочна чисельність ($Ч_{яв}$) включає всіх працівників, які з'явилися на роботу у певному періоді (протягом робочого дня, тижня, місяця тощо).

Співвідношення між списковою і явочною чисельністю можна представити:

$$Ч_{сп} = Ч_{яв} / K_{сс},$$

де $K_{сс}$ – коефіцієнт спискового складу, який характеризує співвідношення між ефективним ($\Phi_{еф}$) і номінальним ($\Phi_{ном}$) фондом робочого часу, відпрацьованим одним працівником у певному періоді; також цей коефіцієнт обчислюється як відношення явочної чисельності працівників до спискової.

Сумарна **планова чисельність ПВП ($Ч_{ПВПпл}$)** обчислюється за формулою:

$$Ч_{ПВПпл} = Ч_{ПВП баз} \times I_Q / I_{тл},$$

де $Ч_{ПВП баз}$ – базова чисельність ПВП, чол.;

I_Q – індекс росту обсягу виробництва у плановому році;

I_m – індекс росту продуктивності праці у плановому році.

Чисельність основних робітників ($Ч_{ор}$), необхідна підприємству у плановому році, обчислюється трьома методами:

1. За трудомісткістю виробничої програми:

$$Ч_{ор} = \frac{T_{сум}}{\Phi_0 \times K_{вн}}, \text{ чол.},$$

де $T_{сум}$ – сумарна трудомісткість виробничої програми, н-год.;

Φ_0 – дійсний фонд часу роботи одного середньоспискового працівника, год.;

$K_{вн}$ – середній коефіцієнт виконання норм по підприємству.

2. За нормами обслуговування:

$$Ч_{ор} = \frac{n \times Z_m \times K_{сс}}{H_o}, \text{ чол.},$$

де n – загальна кількість одиниць устаткування, яка обслуговується, од.;

Z_m – кількість змін роботи устаткування;

H_o – норма обслуговування на одного робітника, од.

За нормами обслуговування чисельність основних робітників можна обчислити ще по іншому:

$$Ч_{ор} = n \times Z_m \times K_{сс} \times H_a, \text{ чол.},$$

де H_a – кількість основних робітників, які одночасно обслуговують один складний агрегат, чол.

3. За нормами виробітку:

$$Ч_{ор} = \frac{N}{\Phi_0 \times K_{вн} \times H_{вир}}, \text{ чол.},$$

де N – планова кількість виробів, натур, од.;

$H_{вир}$ – годинна норма виробітку одного робітника, натур.од.

Планова чисельність допоміжних робітників ($Ч_{доп.р}$) визначається аналогічно чисельності основних робітників, якщо для них встановлені певні норми виробітку чи обслуговування. Якщо ж такі норми не встановлені, то чисельність допоміжних робітників обчислюється:

$$Ч_{доп.р} = n_{доп} \times Z_m \times K_{сс}, \text{ чол.},$$

де $n_{доп}$ – кількість робочих місць допоміжних робітників або на основі звітних даних за попередні періоди шляхом коригування чисельності відповідно до зміни виробничих умов.

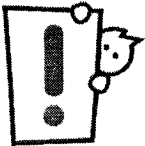
Чисельність спеціалістів і службовців визначається на основі затвердженого на підприємстві штатного розпису, яким встановлюється чисельність працівників кожної із зазначених категорій згідно з діючими нормативами чисельності та з врахуванням обсягів фінансування їх утримання.

Нормативи чисельності розробляються науково-дослідними інститутами праці на основі обсягів виконуваних робіт кожною категорією працівників. *Наприклад*, чисельність спеціалістів визначається виходячи із чисельності

основних робітників та вартості основних фондів, або на основі кількості робочих місць в основному виробництві і вартості основних фондів, або на основі чисельності робітників, номенклатури використовуваних матеріалів і комплектуючих, кількості постачальників і споживачів та ін.

Чисельність керівників всіх рівнів (вищої, середньої і нижчої ланок) визначається на основі середніх *норм керованості* з врахуванням галузевих особливостей виробництва. *Наприклад*, на одного керівника *нижчої ланки* (завідувачі секторами, майстри) припадає в середньому 25 робітників; на одного керівника середньої ланки (керівники функціональних служб, начальники цехів, відділів) - 10 спеціалістів; на одного керівника *вищої ланки* – 6-8 керівників середньої ланки.

Чисельність непромислового персоналу (НПП) визначається аналогічно розрахунку основних і допоміжних робітників, спеціалістів, службовців та керівників.



При обчисленні чисельності працівників підприємства використовуються показники номінального та дійсного (ефективного, корисного) фондів робочого часу одного середньоспискового працівника. Вони визначаються на основі балансу його робочого часу.

Баланс робочого часу середньоспискового працівника*

Показники	Очікувані результати
1. Кількість календарних днів	365
2. Вихідні та святкові дні	110
3. Номінальний фонд робочого часу, днів	255
4. Цілоденні невиходи на роботу, днів	33
з них:	
- чергові відпустки	21
- у зв'язку з непрацездатністю	5
- виконання державних обов'язків	2
- з дозволу адміністрації	1
- додаткові відпустки	3
- прогули	-
- цілоденні простої	1
5. Явочний робочий час, днів	222 (255-33)
6. Номінальна тривалість робочого дня, год.	8,0
7. Внутрішньозмінні втрати робочого часу, год.	0,4
8. Фактична тривалість робочого дня, год.	7,6 (8,0-0,4)
9. Дійсний фонд робочого часу за рік, год.	1687,2 (222 x 7,6)

* Умовний приклад

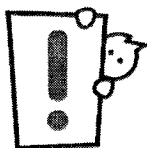
Баланс робочого часу середньоспискового працівника складається на плановий рік на основі *виробничого календаря*, який оприлюднюється на початку кожного календарного року в інтернет-мережі або друкованих засобах масової інформації.

4. Управління персоналом підприємства

Серед усіх виробничих ресурсів підприємства персонал є найбільш специфічним ресурсом і характеризується певними особливостями. Ці особливості накладають певний відбиток на управління ним.

Особливості персоналу підприємства як виробничого ресурсу

- працівник може звільнитись з підприємства за власним бажанням;
- працівник може бути незадоволеним умовами праці на конкретному робочому місці або на підприємстві в цілому, і висловлювати свою незгоду з цим;
- працівник є виробничим ресурсом, життя якого є мінливим і це викликає зміну його потреб;
- працівник може підвищувати свій професійний рівень, освоювати нові професії, спеціальності і тим самим ставити підвищені вимоги до умов своєї праці та її оплати;
- рівень оплати праці працівника є об'єктом обговорення з адміністрацією підприємства і повинен задовольнити обидві сторони



Персонал підприємства потребує створення системи управління ним, тобто системи планування, організації, керівництва і контролю. Ці завдання повинні вирішувати кадрова політика підприємства, основна мета якої – забезпечення кожного робочого місця і посади персоналом відповідної професії, спеціальності та кваліфікації.

Управління персоналом – це частина кадрової політики підприємства, яка є цілеспрямованою діяльністю його керівників усіх рівнів щодо забезпечення кадрами, оплати праці, дисципліни праці, її гідності, безпеки тощо



Система управління персоналом включає низку функцій:

- розрахунок планової потреби у певних категоріях персоналу;
- пошук, відбір і набір персоналу;
- встановлення рівня оплати праці та певних пільг;
- створення можливостей адаптації працівників до конкретних умов їх роботи;
- створення умов для навчання персоналу;
- оцінка результатів трудової діяльності і мотивація за професійні успіхи;
- «просування» працівників по кар'єрній драбині, пониження у посадах, переміщення або звільнення.

Методи управління персоналом є методами управління підприємством і поділяються на економічні, адміністративно-правові і соціально-психологічні. За допомогою цих методів виробляються способи впливу на колективи і окремих працівників для забезпечення їх продуктивної роботи та ефективної діяльності. Всі види методів управління персоналом пов'язані між собою.

У системі управління персоналом особливу роль відіграє **набір, підготовка і перепідготовка кадрів**. Набір необхідних підприємству категорій працівників здійснюється за рахунок *зовнішніх* і *внутрішніх* джерел.

Зовнішніми джерелами набору персоналу підприємства є:

- регіональні біржі праці;
- кадрові агенції і бюро з працевлаштування;
- угоди з навчальними закладами різних рівнів щодо підготовки необхідних підприємству фахівців;
- залучення працівників через оголошення у пресі, на телебаченні і радіо.

Відбір кадрів підприємством здійснюється у кілька етапів, *наприклад*, попередній відбір, анкетування, тестування, особиста співбесіда, перевірка інформації про кваліфікацію, рішення про прийняття на роботу, рішення про розмір оплати праці та інші види мотивації.

Зовнішні джерела відбору персоналу не завжди є ефективними, оскільки на підприємство приходять люди, не обізнані щодо питань специфіки виробництва. Це призводить до додаткових витрат часу, зусиль, коштів для «доведення» працівника до необхідного рівня кваліфікації. У такому випадку доцільно використовувати *внутрішні джерела набору персоналу*, основними з яких є:

- просування по службі своїх працівників, які мають достатній досвід роботи;
- перепідготовка своїх працівників;
- підготовка працівників робітничих спеціальностей через систему внутрішньозаводського навчання, стажування;
- інформування колективу працівників щодо наявних на підприємстві вакансій, вимог до претендентів на них та ін.

Підприємство самостійно визначає свою кадрову політику, в тому числі процедуру відбору кадрів за рахунок різних джерел.

Формами підготовки і перепідготовки робітників є:

- 1) індивідуальне і бригадне навчання безпосередньо на виробництві;
- 2) курси з оволодіння другою або суміжними спеціальностями;
- 3) перепідготовка кадрів за сприяння центрів зайнятості;
- 4) навчальні заклади з підготовки робітників і молодших спеціалістів.

Підготовку і підвищення кваліфікації службовців, спеціалістів та керівників здійснюють вищі навчальні заклади різних рівнів, інститути післядипломної освіти, курси підвищення кваліфікації з відривом та без відриву від виробництва тощо.

Усе більшого поширення набуває **конкурсно-контрактна система найму працівників** на підприємство. Вона використовується у світовій практиці у багатьох галузях виробництва та інших видах діяльності. Для заміщення

якоїсь посади, найчастіше спеціалістів, оголошується конкурс. В його умовах зазначаються вимоги до працівника, який претендує на певну посаду.

На підприємстві наказом створюється *конкурсна комісія*, яка розглядає подані на конкурс заяви, оцінює відповідність конкурсантив оголошеним вимогам до працівника. До уваги, насамперед, беруться такі конкурсні вимоги: досконалість володіння спеціальністю, трудовий стаж, займані раніше посади, знання іноземних мов (за потреби), рівень володіння комп'ютерною технікою тощо.

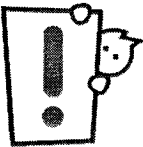
Конкурсна комісія приймає рішення про переможця конкурсу і прийняття його на роботу. З ним укладається угода - *контракт*, який є особливим видом трудового договору, оскільки він є одночасно і юридичною формою найму працівників, регулювання взаємних прав та зобов'язань, і формою, яка визначає умови оплати праці.

Контракт завжди має строковий характер і відображає вимоги до працівника, його роботи, які мають бути виконані у чітко зазначені терміни. Необхідність переукладання чинного або укладання нового контракту постійно мобілізує сторони до суттєвого підвищення взаємної відповідальності.

Застосування контрактної системи найму і оплати праці є доцільним у випадках, коли робота вимагає від виконавця особливих ділових здібностей, професійних навичок, ініціативи і відповідальності.

Контракт оформляється у двох примірниках для кожної із сторін, вони мають однакову юридичну силу. Контракт набуває чинності з моменту підписання або вказаної дати і може бути змінений лише за письмової згоди сторін.

У контракті зазначаються обсяги робіт, якість і терміни їх виконання, права, обов'язки і взаємна відповідальність сторін, умови оплати праці, режим роботи, використовувані системи мотивації, соціально-побутові умови працівника, підстави припинення та розірвання контракту тощо. Контракт є підставою для видання *наказу* про прийняття працівника на роботу.



Чисельність персоналу підприємства не є сталою, вона змінюється під впливом різних чинників, відбувається рух кадрів на підприємстві. Він характеризується такими показниками:

1. Коефіцієнт обороту робочої сили по прийому ($K_{оп}$):

$$K_{оп} = \frac{Ч_n}{Ч_{ссп}}$$

де $Ч_n$ – чисельність прийнятих на роботу за відповідний період, чол.;

$Ч_{ссп}$ – середньоспискова чисельність працівників у цьому ж періоді, чол.

2. Коефіцієнт обороту робочої сили по звільненню ($K_{оз}$):

$$K_{оз} = \frac{Ч_{зв.заг}}{Ч_{ссп}}$$

де $Ч_{зв.заг}$ – загальна чисельність звільнених за відповідний період з будь-яких причин, чол.;

3. Коефіцієнт плинності ($K_{пл}$):

$$K_{пл} = \frac{Ч_{зв}}{Ч_{сп}}$$

де $Ч_{зв}$ – чисельність звільнених за власним бажанням, за порушення трудової дисципліни або з інших причин, не пов'язаних з виробництвом, чол.

Економічний ефект від зниження плинності визначається через економію робочого часу та додатковий випуск продукції.

Економія робочого часу (E_q) визначається:

$$E_q = Ч_{за} \times t, \text{ днів,}$$

де t – втрати часу у зв'язку із плинністю, тобто час на заміщення необхідною робочою силою одного звільненого, днів.

Додатковий випуск продукції ($B_{доо}$) обчислюється:

$$B_{доо} = E_q \times B_{пл}, \text{ грн.,}$$

де $B_{пл}$ – плановий виробіток на одного працюючого за один людино-день, грн.

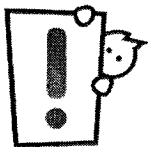
Виробничі, комерційні та інші процеси на підприємстві часто пов'язані із необхідністю *службової ротації кадрів*.

Службова ротація кадрів – це переміщення в межах певної галузі, підприємства чи організації здібних, висококваліфікованих і досвідчених спеціалістів на більш відповідальні службові або управлінські посади

Службова ротація кадрів може здійснюватись відповідними уповноваженими органами як всередині галузі, так і в територіальному масштабі. *Наприклад*, керівникові підприємства, який зарекомендував себе добрим організатором і висококваліфікованим фахівцем, забезпечив досягнення підприємством високих показників роботи, може бути запропонована більш відповідальна посада в органах управління місцевої територіальної громади, місцевих органах державної влади та ін.

5. Продуктивність праці, показники і методи її вимірювання

Ефективність використання робочої сили на підприємстві характеризується узагальнюючим показником – продуктивність праці. Він відображає співвідношення результатів та затрат праці, тобто обсягу вироблених матеріальних або нематеріальних благ та кількості затраченої на це праці.



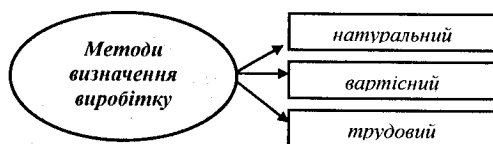
Важливість цього показника для конкретного підприємства полягає в тому, що зростання продуктивності праці забезпечує збільшення обсягу продукції без збільшення трудових затрат.

Тобто та ж чисельність працівників може дати за одиницю часу більшу кількість продукції. Тому затрати часу (праці) на одиницю продукції в міру росту продуктивності праці знижуються.

Продуктивність праці – це показник, який характеризує її ефективність і відображає співвідношення обсягу продукції та кількості праці, затраченої на її виробництво

Рівень продуктивності праці характеризується показником *виробітку (В)*, який визначається кількістю продукції, виробленої одним працівником за одиницю часу.

Методи визначення виробітку можуть бути різними залежно від того, якими одиницями вимірюється обсяг продукції і затрати праці.



Натуральні вимірювачі виробітку визначаються шляхом ділення обсягу виробленої продукції у фізичних одиницях (N) (штуках, метрах, тоннах тощо) на кількість затраченого часу в нормо-годинах (t):

$$B = N / t, \text{ од./год.}$$

Цей метод є достатньо точним і достовірним. Однак, його доцільно застосовувати тоді, коли підприємство виробляє однорідну, порівнювану продукцію, або на окремих робочих місцях, дільницях.

Якщо ж підприємство випускає кілька видів продукції, яка є подібною, але відрізняється окремими параметрами і характеристиками (об'ємом, калорійністю, продуктивністю тощо), то доцільно використовувати *умовно-натуральні вимірювачі* продуктивності праці, аналогічно, як визначення натуральних показників обсягу виробництва продукції (див. тему «Планування діяльності підприємства»).

Вартісні вимірювачі продуктивності праці визначаються діленням обсягу виробленої продукції в грошовому виразі (Q) на затрати праці, виражені в середньсписковій чисельності робітників ($Ч_{сеп}$) або відпрацьованій ними кількості людино-днів, людино-годин:

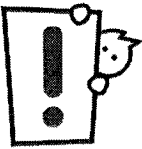
$$B = Q / Ч_{сеп}, \text{ грн./чол.}$$

Вони є найбільш універсальними, дозволяють оцінювати рівень виробітку при виробництві принципово різної продукції. Недоліком вартісних вимірювачів є те, що вони залежать від «цінового чинника», тобто необгрунтоване завищення цін на продукцію призводить до фіктивного зростання продуктивності праці.

Трудові вимірювачі виробітку – це ділення обсягу продукції, представленого у затратах робочого часу в нормо-годинах (T), на чисельність робітників ($Ч_p$):

$$V = T / Ч_p, \text{ год./чол.}$$

Такі показники найчастіше використовуються на робочих місцях при оцінці незавершеного виробництва; сфера їх застосування є досить обмеженою, вони вимагають суворої наукової обгрунтованості використовуваних норм.



Оберненим показником до показника виробітку є трудомісткість, який характеризує кількість робочого часу, затраченого на виробництво одиниці продукції і визначається діленням затрат праці на обсяг виробництва продукції.

6. Планування росту продуктивності праці

Планування росту продуктивності праці здійснюється методом *прямого рахунку* та *пофакторним методом* (за техніко-економічними факторами).

Метод прямого рахунку передбачає визначення планового рівня продуктивності праці ($ПП_{пл}$) шляхом ділення запланованого обсягу випуску продукції у вартісному виразі або в натуральних одиницях ($Q_{пл}$ або $N_{пл}$) на планову чисельність ПВП ($Ч_{ПВП_{пл}}$):

$$ПП_{пл} = Q_{пл} / Ч_{ПВП_{пл}} \text{ або } N_{пл} / Ч_{ПВП_{пл}}$$

Пофакторний метод передбачає розрахунок приросту продуктивності праці внаслідок економії чисельності працівників під впливом різних груп чинників.

Розрахунок планового рівня продуктивності праці здійснюється в декілька етапів.

I. Обчислення економії робочої сили під впливом техніко-економічних факторів. Ці фактори згруповані так:

1) **Підвищення технічного рівня виробництва.** Економія робочої сили під впливом цього фактору ($E_{техн.р.}$) обчислюється:

$$E_{техн.р.} = \frac{(t_1 - t_2) \times N_{пл}}{\Phi д \times K_{вн}} \times K_ч, \text{ чол.},$$

де t_1, t_2 – трудомісткість виготовлення одиниці продукції до і після впровадження технічного заходу, нормо-год.;

$K_ч$ – коефіцієнт часу, який визначається шляхом ділення кількості місяців дії заходу в плановому році на 12.

2) **Структурні зрушення у виробництві.** Зміна чисельності робітників за рахунок структурних зрушень у виробничій програмі ($E_{стр.зр}$) знаходиться за формулою:

$$E_{стр.зр} = \frac{(Tб - Tпл) \times Qпл}{Фд \times Kвн}, \text{ чол.},$$

де $Tб$, $Tпл$ – відповідно трудомісткість 1 млн. грн. продукції в базовому і плановому періодах, норма-год.

Зменшення чисельності робітників за рахунок збільшення питомої ваги кооперованих поставок ($E_{кп}$) розраховується за формулою:

$$E_{кп} = \left[1 - \frac{100 - Ппл}{100 - Пб} \right] \times Чб, \text{ чол.},$$

де $Пб$, $Ппл$ – питома вага кооперованих поставок у базовому і плановому періодах, %;

$Чб$ – базова чисельність робітників, чол.

3) **Удосконалення управління, організації виробництва і праці.** Економія чисельності працюючих за рахунок вдосконалення управління виробництвом ($E_{вд.упр}$) визначається:

$$E_{вд.упр} = \sum ЧСб - \sum ЧС_{норм}, \text{ чол.},$$

де $\sum ЧСб$ – сумарна чисельність керівників, спеціалістів, службовців у базовому періоді, чол.;

$\sum ЧС_{норм}$ – те ж саме по прогресивних нормах, прийнятих в плановому періоді, чол.

Економію чисельності робітників у результаті покращення використання робочого часу ($E_{роб.ч}$) можна обчислити:

$$E_{роб.ч} = \frac{Дпл - Дб}{Дб} \times Ч_{нпн} \times Проб, \text{ чол.}$$

де $Дб$, $Дпл$ – число робочих днів, відпрацьованих в середньому одним робітником відповідно в базовому і плановому періодах;

$Ч_{нпн}$ – вихідна чисельність ПВП, скоректована з врахуванням впливу структурних зрушень у виробництві, чол.;

$Проб$ – питома вага робітників в базовій чисельності ПВП, %

4) **Зміна обсягу виробництва.** Відносне зменшення чисельності працівників при збільшенні обсягу виробництва ($E_{обсяг.вир}$) визначається за формулою:

$$E_{обсяг.вир} = Ч_{б.ум.-пост} \times (\Delta Q - \Delta Ч_{ум.-пост}) / 100, \text{ чол.};$$

де $Ч_{б.ум.-пост}$ – базова чисельність умовно-постійного персоналу (ПВП за мінусом основних робітників), чол.;

$\Delta Ч_{ум.-пост}$ – приріст чисельності умовно-постійного персоналу, %.

ΔQ – приріст обсягу виробництва, %;

5) **Галузеві фактори.** Відносна економія робочої сили по цій групі факторів ($E_{гал.ф}$) може визначатись за формулою:

$$E_{\text{гал.ф.}} = \frac{(t_b - t_{\text{пл}})}{\Phi_{\text{пл}}} \times N_{\text{пл}}, \text{ чол.},$$

де t_b , $t_{\text{пл}}$ – трудомісткість видобутку або виробництва одиниці продукції в базових і планових умовах виробництва, нормо-год.;

$N_{\text{пл}}$ – плановий обсяг виробництва, од.;

$\Phi_{\text{пл}}$ – плановий фонд робочого часу одного робітника, год.

б) Введення в дію і освоєння нових підприємств (об'єктів). Зміна чисельності робітників визначається як різниця між чисельністю, яка планується для нових підприємств і встановлюється на основі технічних проєктів, і тією чисельністю, яка була б необхідна для випуску продукції на нових підприємствах при базовій продуктивності праці, яка склалась у галузі.

Загальна економія чисельності працівників ($E_{\text{заг}}$) знаходиться як сума економії чисельності по кожному з перерахованих факторів:

$$E_{\text{заг}} = E_1 + E_2 + E_3 + E_4 + E_5 + E_6, \text{ чол.}$$

II. Визначення вихідної чисельності промислово-виробничого персоналу в плановому періоді ($Ч_{\text{ПВП вих}}$):

$$Ч_{\text{ПВП вих}} = Ч_{\text{ПВП баз}} \times I_Q, \text{ чол.}$$

III. Визначення планової чисельності ПВП:

$$Ч_{\text{ПВП пл}} = Ч_{\text{ПВП вих}} - E_{\text{заг}}, \text{ чол.}$$

IV. Розрахунок приросту продуктивності праці ($\Delta ПП_{\text{пл}}$) в плановому періоді:

$$\Delta ПП_{\text{пл}} = E_{\text{заг}} / Ч_{\text{ПВП пл}} \times 100, \%$$

Якщо по підприємству є відомою зміна *трудомісткості виробничої програми в цілому*, то можливою зміну продуктивності праці по підприємству в плановому році можна обчислити за формулою:

$$\Delta ПП_{\text{пл}} = \frac{\Delta T_{\text{прогр}}}{100 - \Delta T_{\text{прогр}}} \times 100, \%$$

де $\Delta T_{\text{прогр}}$ – процент зміни трудомісткості виробничої програми у плановому році.

$$\Delta T_{\text{прогр}} = \frac{E_{\text{роб.ч}}}{T_{\text{прогр.б}}} \times 100, \%$$

де $E_{\text{роб.ч}}$ – економія (зростання) затрат робочого часу на виконання виробничої програми в плановому році нормо-год.;

$T_{\text{прогр.б}}$ – трудомісткість виробничої програми в базовому році, нормо-год.

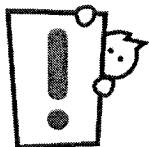
Для обчислення можливого приросту обсягу продукції за рахунок росту продуктивності праці можна скористатись залежністю:

$$\Delta Q_{\text{ПП}} = 100 - \frac{\Delta Ч}{\Delta Q} \times 100, \%$$

де $\Delta Q_{\text{ПП}}$ – % приросту обсягу продукції за рахунок підвищення продуктивності праці;

ΔC – % приросту чисельності ПВП;

ΔQ – % приросту обсягу виробництва.



Резервами росту продуктивності праці є ті можливості її підвищення, які виявлені, але не використані на певний момент на підприємстві з тих чи інших причин.

Оцінити такі резерви можна як різницю між максимально можливим рівнем продуктивності праці та реально досягнутим в конкретних організаційно-технічних, виробничих та економічних умовах на підприємстві в даний момент часу.

Резерви росту продуктивності праці поділяються на *три групи*:

- 1) соціально-економічні (визначають можливості підвищення якості використовуваної робочої сили);
- 2) матеріально-технічні (передбачають застосування більш ефективних засобів виробництва);
- 3) організаційно-економічні (визначають можливості більш ефективного поєднання робочої сили із засобами виробництва).

Використання зазначених резервів пов'язане з переліченими вище факторами підвищення продуктивності праці і є практичною реалізацією їх впливу в конкретний момент часу.

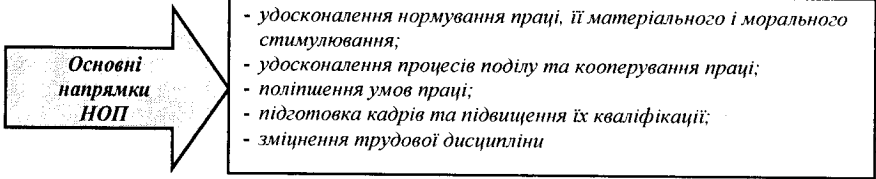
7. Організація і нормування праці на підприємстві

Для досягнення максимальної продуктивності праця на підприємстві повинна бути організована з наукової точки зору.

Науковою є така організація праці, яка ґрунтується на досягненнях 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

Наукова організація праці (НОП) має вирішувати три завдання:

- 1) *економічне* – ефективне використання ресурсів та ріст продуктивності праці;
- 2) *психофізіологічне* – підвищення працездатності людини без шкоди її здоров'ю;
- 3) *соціальне* – праця повинна бути задоволенням для людини.



Процес праці на підприємстві відбувається в просторі і часі. Регламентация праці в часі здійснюється через норми праці.



Норма часу в умовах серійного і масового виробництва виступає як норма штучного часу ($T_{шт}$):

$$T_{шт} = T_{опер} + T_{обсл} + T_{відп}, \text{ нормо-год.},$$

де $T_{опер}$ – оперативний час, нормо-год.;

$T_{обсл}$ – час на обслуговування робочого місця, нормо-год.;

$T_{відп}$ – час на відпочинок і особисті потреби, нормо-год.

$$T_{опер} = t_{осн} + t_{дод}, \text{ нормо-год.},$$

де $t_{осн}$ – основний час на один виріб, нормо-год.;

$t_{дод}$ – додатковий час на один виріб, нормо-год.

$$T_{обсл} = t_{техн.обсл} + t_{орг.обсл}, \text{ нормо-год.},$$

де $t_{техн.обсл}$ – час на технічне обслуговування робочого місця, нормо-год.;

$t_{орг.обсл}$ – час на організаційне обслуговування робочого місця, нормо-год.

Норма часу в умовах дрібносерійного і одиничного виробництва виступає як норма штучно-калькуляційного часу ($T_{шт.к}$):

$$T_{шт.к} = T_{шт} + T_{пз}/n, \text{ нормо-год.}$$

де $T_{пз}$ – підготовчо-заклучний час на партію деталей, нормо-год.

n – кількість деталей в партії, шт.

Норма виробітку ($H_{вир.зм}$) обчислюється за формулою:

$$H_{вир.зм} = \frac{T_{зм}}{T_{шт}}, \text{ шт/зм.},$$

де $T_{зм}$ – тривалість зміни, год.

Якщо норма виробітку збільшується на $a\%$, то норма часу зменшується на

$$\frac{100 \times a}{100 + a}, \%$$

а якщо норма виробітку зменшується на $a\%$, то норма часу зростає

$$\frac{100 \times a}{100 - a}, \%$$

Середній процент виконання норм виробітку ($N_{вир. \%}$) обчислюється як відношення кількості нормо-годин на виготовлення продукції (t_n) до кількості годин фактично відпрацьованого часу (t_f):

$$N_{вир. \%} = \frac{t_n}{t_f} \times 100, \%$$

Норма чисельності – це необхідна для виконання певної роботи чисельність персоналу.

Норма обслуговування – це встановлена кількість одиниць обладнання (робочих місць, квадратних метрів площі), яка обслуговується одним робітником або бригадою протягом зміни.

Існує кілька методів нормування праці, найточнішим з яких є *аналітично-дослідницький*, який передбачає встановлення норм часу шляхом спостереження, тобто *хронометражу*. Він полягає у проведенні спостережень і замірів тривалості виконання певних операцій. Послідовність таких замірів становить хроноряд. Процес хронометражу ділиться на ряд етапів, заключним з яких є перевірка утвореного хроноряду на стійкість.

Стійкість хроноряду визначається за допомогою *коефіцієнта стійкості* (K_{cm}):

$$K_{cm} = \frac{t_{max}}{t_{min}}$$

де t_{max} – максимальний час на виконання операції, нормо-год.;

t_{min} – мінімальний час на виконання операції, нормо-год.

Тоді порівнюють K_{cm} із нормативним коефіцієнтом стійкості ($K_{cmн}$). Якщо $K_{cm} > K_{cmн}$, то хроноряд є нестійким. В такому випадку слід відкинути одне або максимальне, або мінімальне значення тривалості операції (один замір) і знову перевірити хроноряд на стійкість. Якщо і тепер хроноряд виявиться нестійким, то заміри слід повторити, тобто зробити повторне спостереження.

Якщо $K_{cm} < K_{cmн}$, то хроноряд вважається стійким і, визначивши середню тривалість операції, можна встановити відповідну норму часу.

На основі встановлених норм праці визначають необхідну чисельність працівників підприємства.

На кожному підприємстві повинні бути створені належні умови для *охорони праці* згідно з чинним законодавством. Останнє передбачає функціонування системи управління охороною праці на підприємствах через:

- створення служб охорони праці або призначення відповідальних за охорону праці посадових осіб;
- розробку заходів підвищення безпеки та охорони праці;
- запровадження передового досвіду з питань ергономіки і охорони праці;
- усунення причин, які призводять до нещасних випадків, професійних захворювань, та здійснення профілактичних заходів;
- здійснення контролю за додержанням технологій та законодавства в галузі охорони праці;
- розробку і затвердження положень, інструкцій та інших документів з охорони праці, які діють на підприємстві, і т.д.

Відповідальність за дотриманням законодавства в галузі охорони праці на підприємстві несе безпосередньо керівник (роботодавець). На підприємствах з чисельністю працівників 50 і більше створюється служба охорони праці, на менших підприємствах такі функції можуть виконувати інші працівники за сумісництвом або залучатись сторонні спеціалісти на договірних засадах.

Кожен вечір 95% всіх активів моєї компанії роз'їжджаються машинами по домівок. Моє завдання – створити такі умови праці, щоб наступного ранку в усіх цих людей виникло бажання повернутись назад....

Джеймс Гуднайт

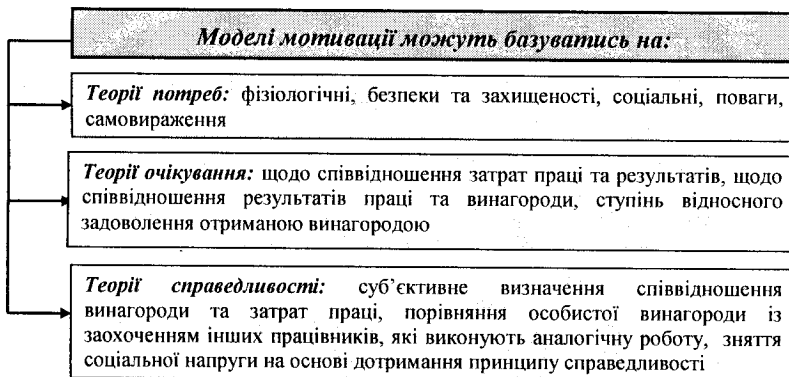
8. Мотивація як процес симулювання працівників, її моделі і методи

Забезпечити ефективність використання праці на підприємстві можна завдяки використанню певної системи мотивації.

Мотивація – це сукупність взаємопов'язаних заходів, які стимулюють працівника або колектив працівників підприємства до досягнення індивідуальних та спільних цілей його діяльності

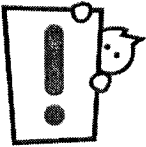
Система мотивації покликана формувати свідоме ставлення до праці. При цьому сама праця у цій системі розглядається не лише як джерело матеріальної винагороди, а й самовдосконалення працівника, його професійного і службового зростання.

Визначаючи моделі і методи мотивації, необхідно врахувати те, що мотиваційний аспект щодо конкретного працівника в конкретній ситуації не впливатиме на нього в іншій ситуації, або не мотивуватиме іншого працівника в тих самих умовах. Тому моделі мотивації слід будувати за *багатофакторним принципом*.

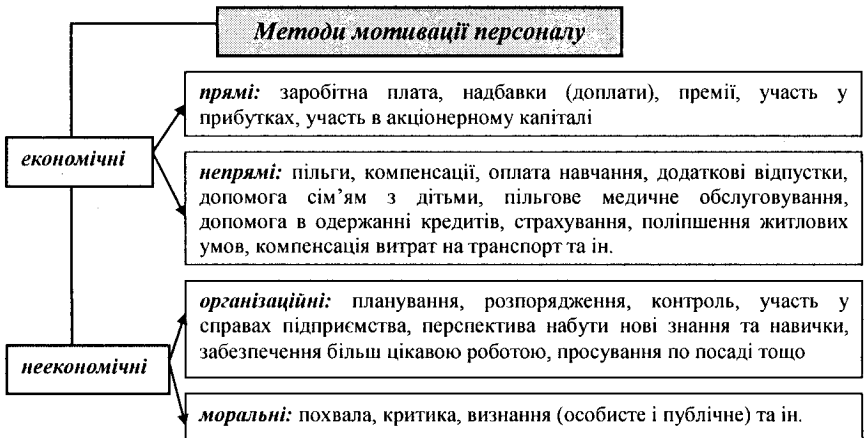


Система мотивації на підприємстві повинна відповідати таким вимогам:

- результативність праці є визначальною при наданні можливостей працівникам щодо їх зайнятості та посадового просування;
- узгодження рівня оплати праці з її результатами та оцінка особистого внеску працівника в загальний успіх;
- створення належних умов для захисту здоров'я, безпеки праці і добробуту працівників;
- створення можливостей для зростання професійної майстерності, реалізації здібностей працівників;
- забезпечення в колективі атмосфери довіри, зацікавленості в реалізації спільної мети, ефективної комунікації між керівниками та працівниками.



На практиці завдання мотивації полягає у підборі способів і методів ефективного впливу на персонал та формуванні механізмів його орієнтації на результативну діяльність.



Методи мотивації можуть бути *індивідуальними* та *груповими*.

У системі мотивації працівників особливого значення набуває поняття «*винагорода*». Під ним розуміють не просто грошову суму або моральне задоволення. Винагородою є все те, що людина вважає для себе цінним. Оскільки розуміння цінностей у людей дуже індивідуальне, тому персоналізація форм і методів винагороди є фундаментом ефективності будь-якої моделі мотивації. Хоча, матеріальні потреби працівників поки-що залишаються домінуючими.

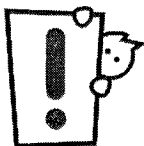
*Тільки два стимули змушують працювати людей:
спрага заробітної плати і страх її втратити.
Генрі Форд*

9. Поняття, види і шляхи росту заробітної плати

У процесі мотивації працівників підприємства до високопродуктивної праці ключова роль належить заробітній платі як прямому економічному методу мотивації.

Заробітна плата – це грошовий вираз ціни робочої сили, який виплачується працівникові у вигляді винагороди за виконану ним роботу

Як соціально-економічна категорія заробітна плата служить основним засобом задоволення особистих потреб працюючих, оскільки для більшості з них є основним джерелом доходів. Також не меншою є важливість заробітної плати для підприємства: витрати на оплату праці у сукупних витратах підприємства на виробництво продукції є досить значними. Тому заробітна плата є економічним важелем, який стимулює ріст продуктивності праці, скорочення витрат виробництва.

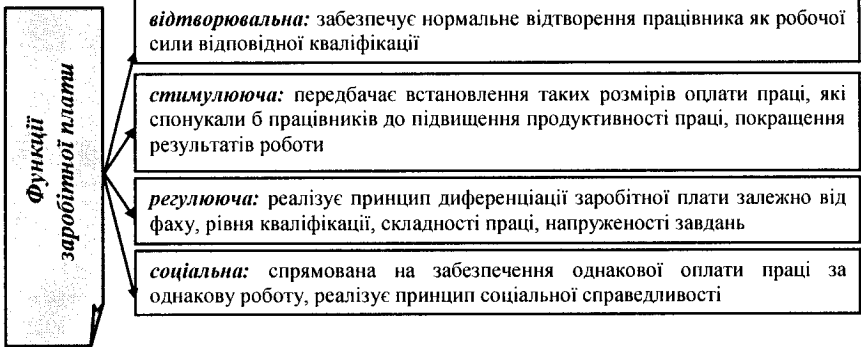


Заробітна плата конкретного працівника незалежно від виду підприємства визначається його особистим трудовим внеском, залежить від кінцевих результатів роботи підприємства, регулюється податками і максимальними розмірами не обмежується.

Принципи організації оплати праці:

- **гарантованості** – передбачає гарантовану і регулярну виплату заробітної плати у визначені терміни і у встановлених розмірах;
- **диференціації** – встановлення співвідношення між рівнем заробітної плати та її кількістю і якістю; реалізується через систему тарифікації;
- **матеріальної зацікавленості** – забезпечує особисту і колективну зацікавленість у результатах праці, стимулює зростання її продуктивності, економію ресурсів;
- **плановості** – дозволяє формувати фонд оплати праці на підприємстві, строки і періодичність виплати заробітної плати, регулювати нагородження і споживання;
- **простоти і доступності** – форми і системи оплати праці повинні бути зрозумілими для працівників, повинні відображати зв'язок між продуктивністю праці і заробітною платою;
- **раціонального співвідношення темпів росту продуктивності праці і заробітної плати** – підвищення рівня оплати праці має бути забезпечене випереджаючими темпами росту продуктивності праці;
- **вирівнювання розмірів заробітної плати** - забезпечення скорочення різниці в доходах між низько- та високооплачуваними категоріями працівників

Заробітна плата виконує низку функцій.



Основними видами заробітної плати є *номінальна* і *реальна*. Перша з них відображає суму грошей, яку отримує працівник за свою працю, друга - кількість товарів і послуг, які працівник може придбати за зароблену суму грошей. Реальна заробітна плата перебуває в певному співвідношенні із номінальною:

$$I_{pzn} = \frac{I_{nzp}}{I_c},$$

де I_{pzn} – індекс реальної заробітної плати, визначений за певний період;

I_{nzp} – індекс номінальної заробітної плати за цей же період;

I_c – індекс цін, обчислений за період.

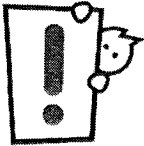
Заробітна плата складається з *основної* (близько 70%) і *додаткової* (близько 30%) заробітної плати. **Основна заробітна плата** працівника визначається тарифними ставками, посадовими окладами, відрядними розцінками, а також доплатами у розмірах, встановлених чинним законодавством. Її розмір залежить від *результатів роботи самого працівника*. Величина **додаткової заробітної плати** визначається *кінцевими результатами роботи підприємства* і виступає у формі премій, винагород, заохочувальних виплат, а також доплат у розмірах, які перевищують встановлені чинним законодавством.

Ріст заробітної плати може бути абсолютним і відносним. Під **абсолютним** розуміють зростання тієї частини суспільного продукту, яка виділяється суспільством у грошовій формі для задоволення матеріальних і духовних потреб працюючих, а також непрацюючих членів їх сімей. **Відносний ріст заробітної плати** – це зростання тієї частини, яка припадає на кожного працюючого.

Абсолютний і відносний ріст заробітної плати може бути забезпечений зростанням усього обсягу суспільного продукту, який виробляється за певний період часу (*наприклад*, рік), випереджаючим ростом продуктивності праці в порівнянні із ростом заробітної плати.

Державне регулювання оплати праці та соціального захисту працівників визначається чинним законодавством України, зокрема, *Кодексом законів про працю України (КЗпП України), Законом України «Про оплату праці»* (1995 р.), *Господарським кодексом України та іншими нормативно-правовими актами.*

Так, *КЗпП України (ст.95)* визначені поняття мінімальної заробітної плати та її індексації.



Мінімальна заробітна плата – це встановлений на законодавчому рівні розмір заробітної плати за просту, некваліфіковану працю.

Нижче цього рівня не може провадитись оплата за виконану працівником годинну або місячну норму праці. Мінімальна заробітна плата є державною соціальною гарантією, обов'язковою на всій території України для підприємств, установ, організацій усіх форм власності і господарювання та фізичних осіб. Розмір мінімальної заробітної плати встановлюється і переглядається відповідно до *Закону України «Про оплату праці»* та не може бути нижчим від розміру прожиткового мінімуму для працездатних осіб.

Закон України «Про оплату праці» передбачає, крім державного, *договірне регулювання оплати праці* через механізм укладення тарифних угод - генеральної, галузевої, регіональної та виробничої.

Тарифна угода – це договір між представниками сторін з питань оплати праці та соціальних гарантій працівників. Предметом галузевої угоди є єдині для підприємств галузі тарифна сітка для робітників і шкала співвідношень мінімальних посадових окладів.

Форми і системи оплати праці, норми праці, розцінки, тарифні сітки, схеми посадових окладів, розміри надбавок, доплат, премій і винагород встановлюються підприємством у *колективному договорі*. При цьому мають бути дотримані всі норми і гарантії, передбачені чинним законодавством, генеральною і галузевими (регіональними) угодами.

Заробітна плата підлягає *індексації* у встановленому законодавством порядку.

10. Тарифна система, її елементи

Основою організації оплати праці є *тарифна система*, яка містить такі елементи:

- ❖ *тарифні сітки;*
- ❖ *тарифні ставки;*
- ❖ *схеми посадових окладів;*
- ❖ *тарифно-кваліфікаційні характеристики (довідники).*

Тарифна сітка є сукупністю кваліфікаційних розрядів і відповідних їм тарифних коефіцієнтів.

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.

В Україні затверджена *Єдина тарифна сітка* оплати праці робітників, службовців, спеціалістів, керівників за загальними (наскрізними) професіями та посадами, яка забезпечує єдині умови оплати праці цих категорій працівників незалежно від галузей виробництва. Тарифна сітка містить 25 тарифних розрядів з діапазоном тарифних коефіцієнтів від 1 до 4,51.

В навчальному процесі можна використовувати умовний приклад тарифної сітки.

Тарифна сітка (для використання у навчальному процесі)*

Умови праці	Форми оплати праці	Годинні тарифні ставки за розрядами, грн.					
		1	2	3	4	5	6
Тарифні розряди							
Тарифні коефіцієнти		1,0	1,1	1,22	1,35	1,47	1,63
Нормальні	Погодинники	9,77	10,75	11,92	13,19	14,36	15,93
	Відрядники	9,83	10,92	12,06	13,23	14,42	16,02
Шкідливі	Погодинники	9,85	10,84	12,08	13,3	14,48	16,06
	Відрядники	9,93	11,01	12,22	13,34	14,54	16,15
Небезпечні	Погодинники	9,97	10,97	12,16	13,46	14,66	16,25
	Відрядники	10,05	11,06	12,25	13,53	14,74	16,37

* Умовний приклад

Розмір *тарифної ставки першого розряду* визначається на рівні встановленої державою мінімального розміру заробітної плати.

Тарифні ставки інших розрядів (C_i) визначаються множенням тарифної ставки першого розряду (C₁) на тарифний коефіцієнт відповідного тарифного розряду (K_i):

$$C_i = C_1 \times K_i, \text{ грн.}$$

Середній тарифний коефіцієнт (K_{серед}) визначається як середньозважена величина добутку чисельності погодинників певного розряду і відповідного тарифного коефіцієнта або добутку трудомісткості робіт по певному розряду і відповідного тарифного коефіцієнта для відрядників.

Середній тарифний розряд (P_{серед}) обчислюється за формулою:

$$P_{\text{серед}} = \frac{K_{\text{серед}} - K_{\text{менш}}}{K_{\text{більш}} - K_{\text{серед}}} + P_{\text{менш}},$$

де K_{менш}, K_{більш} – відповідно менший і більший із двох суміжних тарифних коефіцієнтів;

P_{менш} – менший із двох суміжних тарифних розрядів.

Схеми посадових окладів передбачають тарифне регулювання заробітної плати службовців, спеціалістів та керівників. Така схема є проранжованим переліком посад працівників (від вищої до нижчої) і диференційованих відповідно до цих посад розмірів посадових окладів.

Схеми посадових окладів передбачають наявність так званих «вилок»

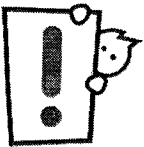
окладів, тобто мінімального і максимального розмірів посадових окладів, які дозволяють диференціювати рівень оплати працівників, які виконують однакову роботу з різними результатами. Це сприяє підвищенню їх кваліфікації, посилює відповідальність у ставленні до своїх обов'язків.

Тарифно-кваліфікаційні характеристики (довідники) розробляються Міністерством праці та соціальної політики України і містять систему *цензів*, яким повинні відповідати робітники певної професії та кваліфікації.

Цензи – це вимоги, яким повинні відповідати робітники кожної професії, спеціальності та кваліфікації. Вони відображають завдання та обов'язки робітника, вимоги до знань (що робітник повинен знати), кваліфікаційні вимоги.

11. Форми і системи оплати праці

У практиці господарювання підприємств найбільш поширеними формами оплати праці є погодинна і відрядна. Кожна з них передбачає використання різних систем оплати праці.



Погодинна форма передбачає оплату праці працівника залежно від відпрацьованого ним часу та рівня його кваліфікації. Вона використовується тоді, коли неможливо або недоцільно встановити кількісні параметри (норми) праці.

Ця форма має такі системи:

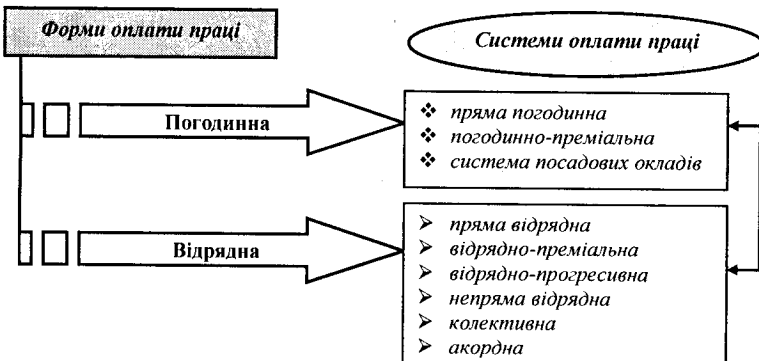
1. Пряма погодинна. Заробіток при цій системі ($Z_{п.год}$) обчислюється:

$$Z_{п.год} = \Phi_{міс} \times C_p, \text{ грн.},$$

де $\Phi_{міс}$ – фактично відпрацьований за місяць час, год./міс;

C_p – годинна тарифна ставка по розряду робітника, грн.

Нарахована за цією системою заробітна плата є *тарифною заробітною платою* ($Z_{тар}$).



2. **Погодинно-преміальна**, при якій заробіток ($Z_{п.прем}$) обчислюється:

$$Z_{п.прем} = Z_{тар} + D, \text{ грн.},$$

де D – сума преміальних доплат за досягнення певних якісних або кількісних показників, грн.; визначається у % від тарифного заробітку ($Z_{тар}$).

3. **Система посадових окладів (окладна система)** є різновидом погодинно-преміальної системи. За цією системою оплачується праця працівників, робота яких має стабільний характер (керівники, спеціалісти, службовці). Оплата праці здійснюється не за тарифними ставками, а за встановленими місячними посадовими окладами, які відповідають певним посадам. Така система також передбачає преміювання працівників за якісні та кількісні показники роботи.



Відрядна форма передбачає залежність суми заробітку від кількості виготовлених виробів або обсягу виконаних робіт за певний проміжок часу.

Відрядна форма має такі системи:

1. **Пряма відрядна.** Заробіток ($Z_{п.відр}$) при цьому обчислюється за формулою:

$$Z_{п.відр} = \sum_{i=1}^n P_i \times N_{\phi i}, \text{ грн.}$$

де P_i – відрядна розцінка за виготовлення одного виробу i -го виду, грн./шт.;
 $N_{\phi i}$ – фактична кількість виробів i -го виду, виготовлених робітником за певний час (найчастіше місяць), шт.;
 n – кількість видів виробів.

$$P_i = T_{шт i} \times C_z, \text{ грн.},$$

де $T_{шт i}$ – час на виготовлення одного виробу i -го виду, год.

Заробітна плата, обчислена за прямою відрядною системою, є **тарифним заробітком** за цією системою ($Z_{тар.в}$).

2. **Відрядно-преміальна.** Сума заробітку ($Z_{в.прем}$) при цій системі визначається із залежності:

$$Z_{в.прем} = Z_{тар.в} + D_{в}, \text{ грн.},$$

де $D_{в}$ – сума преміальних доплат, яка обчислюється за формулою:

$$D_{в} = Z_{тар.в} \times \frac{П_1 + П_2 \times П_{пт}}{100}, \text{ грн.},$$

де $П_1$ – процент доплат за виконання плану;

$П_2$ – процент доплат за кожен процент перевиконання плану;

$П_{пт}$ – процент перевиконання плану, який можна знайти

$$П_{пт} = \frac{N_{\phi} - N_{пл}}{N_{пл}} \times 100\%.$$

де N_{ϕ} , $N_{пл}$ – відповідно фактичний і запланований обсяг випуску продукції за місяць, шт./міс.

3. **Відрядно-прогресивна.** Заробітна плата ($Z_{в.прог}$) обчислюється за формулою:

$$Z_{в.проект} = N_{вб} \times P_{зв} + (N_{ф} - N_{вб}) \times P_{підв.}, \text{ грн.},$$

де $N_{вб}$ – вихідна база для нарахування доплат (встановлюється на рівні 110 - 115% $N_{пл}$), шт./міс;

$P_{зв}$ – звичайна розцінка за один виріб, грн./шт.;

$P_{підв.}$ – підвищена розцінка за один виріб, грн./шт.

$$P_{підв.} = P_{зв} \times \left(1 + \frac{\% \text{росту розцінки}}{100}\right).$$

Процент росту розцінки визначається зі шкали залежно від проценту перевиконання вихідної бази. Така шкала розробляється і затверджується підприємствами самостійно.

4. Непряма відрядна. Використовується при оплаті праці допоміжних робітників та підсобників.

Заробіток підсобника ($Z_{п.підс.}$) можна обчислити із залежності:

$$Z_{п.підс.} = \sum_{i=1}^n N_{фi} \times P_{пвi}, \text{ грн.},$$

де $N_{фi}$ – фактично виготовлена кількість продукції i -тим основним робітником за зміну, шт./зміну;

$P_{пвi}$ – непрямий відрядний розцінок при обслуговуванні i -го основного робітника, грн./шт.;

n – кількість основних робітників, що обслуговуються одним підсобником, чол.

$$P_{пвi} = \frac{C_{зм}}{n \times N_{пл}}, \text{ грн.},$$

де $C_{зм}$ – змінна тарифна ставка підсобника, грн./зміну;

$N_{пл, i}$ – плановий випуск продукції i -им основним робітником, шт./зміну.

Заробіток допоміжного робітника ($Z_{п.дон.}$) обчислюється за формулою:

$$Z_{п.дон.} = T_{ф} \times C_{г} \times K_{вн}, \text{ грн.},$$

де $T_{ф}$ – фактично відпрацьований допоміжним робітником час, год./міс.;

$C_{г}$ – годинна тарифна ставка допоміжного робітника, грн./год.;

$K_{вн}$ – середній коефіцієнт виконання норм на ділянці, яку обслуговує допоміжний робітник.

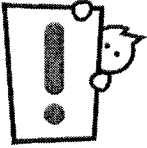
5. Колективна (бригадна). При використанні цієї системи спочатку розраховується заробіток всієї бригади ($Z_{бр}$) як при прямій відрядній системі, використовуючи бригадну розцінку. Потім цей заробіток розподіляється між членами бригади одним із таких методів:

1) *метод годино-коефіцієнтів:* використовується тоді, коли всі члени бригади працюють в однакових умовах;

2) *метод коефіцієнту виконання норм:* використовується за умови, що члени бригади працюють в різних умовах.

6. Акордна система. Передбачає встановлення відрядної розцінки не за одиницю виконаної роботи, а відразу на весь обсяг робіт із встановленням строку його виконання. Різновидом акордної системи є *акордно-преміальна*, яка

передбачає виплату премій за термінове та якісне виконання робіт. Акордна оплата праці стимулює виконання всього комплексу робіт з меншою чисельністю працюючих і в коротші терміни. Використовується, *наприклад*, при вантажно-розвантажувальних роботах, ліквідації аварій на виробництві тощо.



Особливими формами оплати праці є безтарифна, контрактна та система участі в прибутках.

Безтарифна система оплати праці. Фактична заробітна плата кожного працівника підприємства є часткою у фонді оплати праці всього колективу або колективу окремого підрозділу і залежить від кваліфікаційного рівня працівника (K), коефіцієнта трудової участі ($КТУ$) і фактично відпрацьованого часу ($T_{ф}$).

Кваліфікаційний рівень (K) встановлюється всім членам трудового колективу в залежності від виконуваних функцій, рівня кваліфікації.

КТУ теж виставляється всім працівникам і затверджується Радою трудового колективу.

Розрахунок заробітної плати при використанні безтарифної системи проводиться в такій послідовності:

1. Визначається кількість балів (B_i), зароблена кожним i -им працівником (або групою працівників одного рівня):

$$B_i = K \times T_{ф} \times КТУ,$$

де $T_{ф}$ - відпрацьована кількість людино-днів працівниками одного рівня або кількість днів, відпрацьована одним робітником.

2. Визначається загальна сума балів ($B_{сум}$), зароблена всіма працівниками підприємства або підрозділу:

$$B_{сум} = \sum_{i=1}^m B_i$$

де m - кількість груп однакових кваліфікаційних рівнів або чисельність працівників.

3. Визначається доля d фонду оплати праці ($ФОП$), що припадає на один бал:

$$d = \frac{ФОП}{B_{сум}}$$

4. Обчислюється заробітна плата i -го працівника (Z_i):

$$Z_i = d \times B_i$$

Для управлінського персоналу використання цієї системи оплати праці передбачає коригування їхнього заробітку залежно від обсягу реалізації продукції.

Контрактна система оплати праці ґрунтується на укладанні договору між роботодавцем і працівником, в якому обумовлюються режим та умови праці, права та обов'язки сторін, рівень оплати праці та інше. Договір може

оплачувати час знаходження працівника на підприємстві (погодинна оплата праці) або конкретне виконане завдання (відрядна оплата).

Система участі у прибутках передбачає розподіл певної частини прибутку підприємства між його працівниками. Такий розподіл може проводитись у формі грошових виплат або у формі розповсюдження акцій між працівниками підприємства.

Впровадження такої системи викликане тим, що існуючі системи оплати праці не викликають у працівників реальної зацікавленості у значних загальних результатах роботи підприємства. Натомість, справедливий та зрозумілий для всіх розподіл частини прибутку між власником підприємства, адміністрацією, спеціалістами і робітниками створює умови для хорошого психологічного клімату в колективі та процвітання підприємства.

Виплати з прибутків залежать від рівня витрат на виробництво, цін, фінансового стану підприємства. Їх розміри визначаються окремою угодою між відповідними сторонами (при укладанні тарифних угод).

Системи участі у прибутках диференціюються на систему оцінки заслуг, систему преміальних виплат, систему колективного стимулювання, систему участі у прибутках в залежності від продуктивності праці та ін.

12. Формування фонду оплати праці на підприємстві

Загальний фонд оплати праці підприємства складається із фондів тарифної заробітної плати погодинників і відрядників та низки доплат, тому планування фонду оплати праці починають з розрахунку саме фондів тарифної оплати праці.

Фонд тарифної заробітної плати погодинників ($\Phi_{т.поз}$) обчислюється за формулою:

$$\Phi_{т.поз} = \sum_{i=1}^3 C_i \times \Phi_{di} \times C_i \times K_{сері i}, \text{ грн.},$$

де C_i - чисельність погодинників, що працюють в i -тих умовах праці (несприятливих, шкідливих, небезпечних), чол.;

Φ_{di} - дійсний фонд часу роботи одного погодинника при i -тих умовах праці, н-год./рік;

C_i - годинна тарифна ставка погодинника першого розряду при i -тих умовах праці, грн./год.;

$K_{сері i}$ - середній тарифний коефіцієнт погодинників при i -тих умовах праці, який визначається:

$$K_{сері i} = \frac{\sum_{j=1}^6 C_j \times K_j}{\sum_{j=1}^6 C_j}$$

де C_j - чисельність погодинників j -того розряду, чол.,

K_j - тарифний коефіцієнт j -го розряду.

Фонд тарифної заробітної плати відрядників ($\Phi_{т. \text{відр.}}$) визначається за формулою:

$$\Phi_{т. \text{відр.}} = \sum_{i=1}^3 T_i \times C I_i \times K'_{\text{сер.}i}, \text{ грн.}$$

де T_i – сумарна трудомісткість робіт при i -тих умовах праці, н-год./рік;

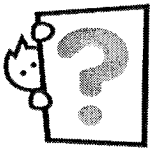
$C I_i$ – годинна тарифна ставка відрядника першого розряду при i -их умовах праці, грн./год.;

$K'_{\text{сер.}i}$ – середній тарифний коефіцієнт відрядників при i -их умовах праці, який обчислюється:

$$K_{\text{сер}i} = \frac{\sum_{j=1}^6 T_j \times K_j}{\sum_{j=1}^6 T_j}$$

де T_j – трудомісткість робіт по j -му розряду, н-год.

Просумувавши фонди тарифної заробітної плати погодинників і відрядників і доплати по преміальних системах, одержують фонд основної заробітної плати. Додавши до цього фонду інші види доплат, одержують годинний, денний, місячний і річний фонди оплати праці.



Питання для самоконтролю

1. Чи включаються до складу персоналу підприємства працівники, прийняті на роботу на консервний завод на сезон збирання і переробки сільськогосподарської сировини?
2. Чи належить до основних робітників слюсар-ремонтник обладнання швейного цеху фабрики? Поясніть.
3. Чи включається до середньоспискової чисельності працівників підприємства в конкретному місяці чисельність тих працівників, які перебували в цьому місяці у відпустці?
4. Що таке коефіцієнт спискового складу? Як він розраховується?
5. Чим відрізняються фактичний і номінальний фонди робочого часу одного середньоспискового працівника?
6. Яке поняття є ширшим: кадрова політика чи управління персоналом підприємства? Поясніть.
7. Чи відрізняються коефіцієнт плинності кадрів та коефіцієнт обороту робочої сили по звільненню? Відповідь обґрунтуйте.
8. Який з показників характеризує її продуктивність: відношення обсягу продукції до кількості затраченої на її виробництво праці чи кількість продукції, виробленої підприємством за рік?
9. За яких умов недоцільно використовувати натуральні вимірники продуктивності праці?
10. Що таке хронометраж? Для чого він використовується?

11. Поясніть основні відмінності теорій, які лежать в основі моделей мотивації праці.
12. Чи тотожними є поняття «винагорода за працю» та «розмір заробітної плати»? Поясніть.
13. Коротко охарактеризуйте основні функції заробітної плати.
14. Індекс реальної заробітної плати у минулому році становив 0,78, а у цьому році – 0,66. Про що це може свідчити? Поясніть.
15. Чи підлягає державному регулюванню в Україні розмір тарифної ставки 1-го розряду? Якщо так, то яким чином?
16. Що таке цензи? Для чого вони використовуються?
17. Якою є принципова відмінність між погодинною і відрядною формами оплати праці? Коли доцільно їх використовувати? Поясніть на прикладах.
18. Охарактеризуйте нові «нетарифні» форми оплати праці. Обґрунтуйте доцільність їх використання.



Література

1. Багрова І.В. Нормування праці: навч. посіб. / І.В. Багрова. – К.: ЦНЛ, 2003. – 212 с.
2. Балабанова Л.В. Управління персоналом: підруч. / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – К.: ЦУЛ, 2011. – 468 с.
3. Богиня Д.П. Основи економіки праці: навч. посіб. / Д.П. Богиня, О.А. Грішнова. – 2-ге вид., стер. – К.: Знання-Прес, 2001. – 313 с.
4. Бойчик І.М. Економіка підприємства: навч. посіб. Вид. 2-ге, доп. і перер./ І.М. Бойчик. – К.: Атіка, 2006. – 528 с.
5. Гетьман О.О. Економіка підприємства: навч. посіб. / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. – К.: ЦУЛ, 2010. – 488 с.
6. Господарський кодекс України. (ред. від 12.08.2015 р.). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
7. Грузина І.А. Удосконалення системи оцінки компетенцій персоналу підприємства / І.А. Грузина // Бізнесінформ. – 2011. – № 9. – С.117-181.
8. Дробишева О.О. Економічна сутність, форми і системи оплати праці. / О.О. Дробишева, Д.В. Домаш. – 2014. – [Електронний ресурс]. http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_8_048.pdf
9. Закон України «Про оплату праці» від 01.07.1993 р. (ред. від 01.01.2015 р.) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/108/95-вр>
10. Закон України «Про колективні договори і угоди» від 24.03.1995 р. (ред. від 01.01.2015 р.) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3356-12>
11. Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 р. (ред. від 07.08.2015 р.). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/322-08>
12. Казачков І.О. Аналіз показників руху персоналу підприємства. І.О. Казачков, В.О. Банний. – 2013. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_5_164.pdf
13. Ковальов В.М. Методи матеріального стимулювання ефективного використання трудового потенціалу / Ковальов В.М., Рижиков В.С., Атаєва О.О. // Продуктивність. – 2004. – № 2. – С.6-10.
14. Колосок В. Характеристика моделей управління розвитком персоналу промислових підприємств. / В. Колосок. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Skhid/2009_9/2.pdf

14. Колот А. Нормування праці і його роль у функціонуванні економіки ринкового типу / А. Колот // Україна: аспекти праці. – 1998. – № 3. – С. 46-50.
15. Копець Г.Р. Актуальні проблеми формування та розвитку персоналу підприємств. / Г.Р. Копець. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13813/1/6_30-37_Vis_720_Menegment.pdf
16. Крамаренко В.І. Управління персоналом фірми: навч. посіб. / В.І. Крамаренко, Б.І. Холода. – К.: ЦУЛ, 2003. – 272 с.
17. Крикавський Є.В. Людський потенціал машинобудівного підприємства: аспекти ідентифікації та оцінювання. / Є.В. Крикавський, С.В. Леонова // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». Серія «Логістика». – 2010. – № 669. – С. 275-282.
18. Левчунь Г. Реформування системи оплати і стимулювання праці / Г. Левчунь // Галицький економічний вісник. – 2012. – № 1 (34). – С. 84-88.
19. Лелюк Ю.В. Напрямки підвищення продуктивності праці на підприємстві. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe?..
20. Лісовий А.В. Мікроекономіка: навч. посіб. / А.В. Лісовий. – К.: ЦУЛ, 2011. – 192 с.
21. Мартіянова М.П. Мотивація персоналу підприємства. / М.П. Мартіянова, К.М. Гончаренко // Бізнесінформ. – 2011. – № 8. – С. 199-201.
22. Мотивація і оцінка персонала: учебн. пособ. / Под ред. Г.А. Дмитренко, Е.А. Шапаратовой, Т.М. Максименко. – К.: МАУП, 2002. – 248 с.
23. Оплата праці у виробничій сфері: проблеми та методологія збільшення заробітної плати в умовах ресурсозбереження: монографія / В.М. Гончаров, О.В. Додонов, В.Ю. Припотень, М.С. Радомська. – Донецьк: Альматео, 2006. – 246 с.
24. Пилипенко С.М. Економіка праці та соціально-трудові відносини: навч. посіб. / С.М. Пилипенко, М.В. Горобинська, Л.І. Піддубна та ін. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2008. – 296 с.
25. Плуґіна Ю.А. Розвиток персоналу підприємств: підходи, сутність, моделі. / Ю.А. Плуґіна // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – № 42. – С. 323-327.
26. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу: навч. посіб. / В.А. Савченко. – К.: КНЕУ, 2002. – 351 с.
27. Сливка О.А. Формування моделі розвитку персоналу на основі концепції людського розвитку. / О.А. Сливка. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Tiru/2010_29/Slivka.pdf
28. Таран Н. Совершенствование нормирования труда / Н. Таран, Е. Гулевский // Бизнес Информ. – 1997. – № 9. – С. 60-62.
29. Черкасов А.В. Інноваційна роль мотивації в системі управління персоналом. А.В. Черкасов // Вісник НУ «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління». – 2008. – № 628. – С. 692-695.

ТЕМА 9. КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА

Питання для теоретичної підготовки

1. Сутність та види капіталу підприємства.
2. Поняття, класифікація і структура основних фондів підприємства.
3. Облік і оцінка основних фондів.
4. Види та показники зношування основних фондів. Ремонт основних фондів, види ремонту.
5. Амортизація основних фондів.
6. Напрямки відтворення основних фондів.
7. Показники ефективності відтворення і використання основних фондів.
8. Поняття, матеріальний склад і структура оборотних фондів підприємства.
9. Показники використання та нормування витрат матеріальних ресурсів.
10. Оборотні кошти підприємства: поняття, класифікація і структура.
11. Розрахунок нормативів оборотних коштів.
12. Показники ефективності використання оборотних коштів підприємства.
13. Шляхи покращення використання оборотних коштів підприємства.
14. Поняття і види нематеріальних ресурсів підприємства, їх характеристика.
15. Нематеріальні активи підприємства, їх оцінка та зношування.

**Ключові
терміни і
поняття**

капітал підприємства, позиковий капітал, основний і оборотний капітал, акціонерний капітал, основні фонди, класифікація основних фондів, структура основних фондів, облік основних фондів, оцінка основних фондів, фізичне зношування основних фондів, моральне зношування основних фондів, модернізація, реконструкція, амортизація основних фондів, відтворення основних фондів, оборотні фонди підприємства, норма витрат матеріалів, матеріаловіддача, матеріаломісткість, фонди обігу, оборотні кошти підприємства, норматив оборотних коштів, коефіцієнт оборотності, тривалість обороту оборотних коштів, нематеріальні ресурси підприємства, об'єкти промислової власності, об'єкти авторського та суміжних прав, нетрадиційні нематеріальні ресурси, нематеріальні активи підприємства, патент, ліцензія, ліцензійна угода

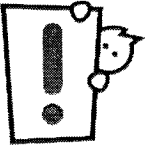
Капітал - це частина багатства, якою ми жертвуємо, щоб примножити своє багатство.

Альфред Маршалл

1. Сутність та види капіталу підприємства

Будь-яке підприємство, яке веде виробничу або комерційну діяльність, повинно володіти певним капіталом. Термін «капітал» (лат. «*capitalis*») означає «головний», тобто капітал створює основу функціонування підприємства та можливості його розвитку. Його ключова роль пояснюється здатністю поєднувати усі фактори виробництва у єдиний виробничий комплекс підприємства.

Капітал підприємства – це сукупна вартість засобів у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, інвестована у його активи



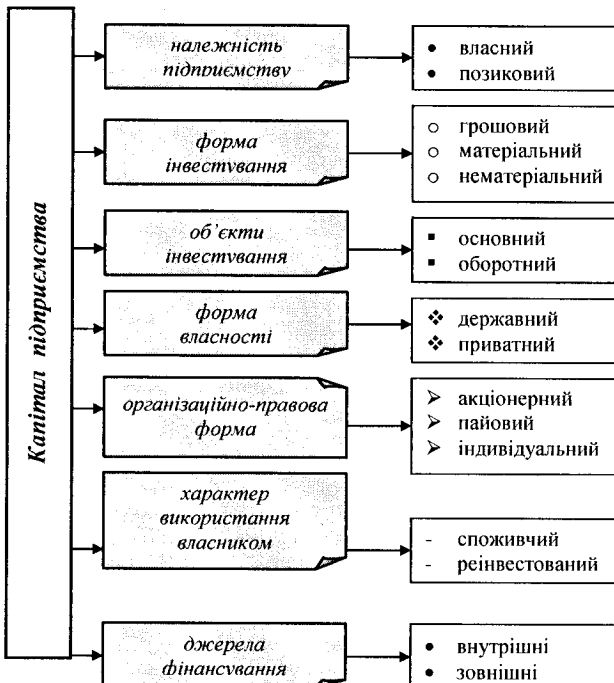
Капітал підприємства фактично відображає накопичені економічні блага, які виступають у формі грошових коштів та реальних капітальних об'єктів, залучених в економічний процес з метою одержання доходів.

Капітал також можна розглядати як частину фінансових ресурсів підприємства, які використовуються в обороті для отримання економічної вигоди (прибутку).

Капітал підприємства *характеризується як:*

- основний чинник виробництва, оскільки може «зв'язувати» між собою інші виробничі фактори;
- фінансовий ресурс, який може виступати ізольовано від виробничих чинників у формі інвестицій;
- основний вимірник ринкової вартості підприємства (насамперед, власний капітал підприємства);
- головне джерело формування добробуту власників підприємства;
- найважливіший показник ефективності господарської діяльності підприємства.

Капітал підприємства *класифікується за різними ознаками:*



Власний капітал підприємства характеризує загальну вартість засобів підприємства, які належать йому на правах власності і використовуються ним для формування своїх активів.

До власного капіталу підприємства належать:

- **статутний фонд** – це майно підприємства, створене за рахунок внесків засновників для початку здійснення господарської діяльності; розмір статутного капіталу регулюється чинним законодавством;
- **резервний фонд** – зарезервована частина власного капіталу підприємства, призначеного для внутрішнього страхування його господарської діяльності; розмір резервного фонду визначається установчими документами, а формування здійснюється за рахунок прибутку підприємства;
- **спеціальні (цільові) фонди** – цілеспрямовано сформовані фонди власних фінансових засобів для майбутніх цільових витрат (амортизаційний фонд, ремонтний фонд, фонд охорони праці, фонд спеціальних програм, фонд розвитку виробництва та ін.);
- **нерозподілений прибуток** – це частина одержаного в попередньому періоді прибутку підприємства, яка не спожита власниками і персоналом та призначена для реінвестування у розвиток виробництва;
- **інші форми власного капіталу** – до яких належать надходження від здачі майна в оренду, розрахунки з учасниками щодо виплати їм дивідендів, безоплатні надходження та урядові субсидії тощо.

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).

Грошова, матеріальна і нематеріальна форми капіталу використовуються для формування статутного капіталу підприємства. Інвестиції у цих формах дозволені законодавством при створенні нових підприємств, а також збільшенні розмірів їх статутних фондів.

Основний капітал – це частина капіталу підприємства, яка бере участь у виробництві товару протягом багатьох виробничих циклів і переносить свою вартість на вироблену продукцію частинами. До основного капіталу належать кошти, вкладені у засоби праці (будівлі, споруди, машини, обладнання та ін.).

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 оборотного капіталу належать предмети праці (сировина, матеріали, паливо, енергія), а також капітал, витрачений на робочу силу. Оборот останнього має свої особливості. Вони полягають у тому, що вартість капіталу на робочу силу на стадії виробництва не переноситься на продукт. Праця бере участь у створенні нової вартості, яка є складовою доданої вартості.

Державний і приватний капітал може бути інвестованим у підприємство в процесі формування його статутного капіталу, а також в процесі його поточної виробничо-господарської діяльності.

Акціонерний капітал – це капітал підприємств, створених у формі акціонерних товариств; *пайовий капітал* – капітал партнерських підприємств (товариств з обмеженою відповідальністю, командитних товариств тощо); *індивідуальний капітал* – капітал індивідуальних підприємств (сімейних) та фізичних осіб.

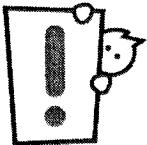
Споживчий капітал після його розподілу на споживчі цілі (виплата відсотків, дивідендів, соціальні виплати працівникам та ін.) втрачає функцію капіталу, оскільки є відтоком засобів підприємства з обороту.

Реінвестований капітал (накопичувальний) характеризує різні форми його приросту в процесі капіталізації прибутку, дивідендних виплат та ін.

Внутрішніми джерелами поповнення капіталу підприємства є прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства, амортизаційні відрахування від основних засобів і нематеріальних активів, інші внутрішні джерела формування власних фінансових ресурсів.

Зовнішніми джерелами формування капіталу підприємства є кошти, не пов'язані з його діяльністю, а саме:

- кошти, які мобілізуються на фінансовому ринку (продаж акцій, облігацій, кредити (грошові та майнові), операції з валютою та дорогими металами, проценти і дивіденди за цінними паперами інших емітентів);
- кошти, які підприємство одержує в порядку перерозподілу (державні бюджетні субсидії, страхові відшкодування, фінансові ресурси, що поступають від галузевих структур, асоціацій, концернів).



При формуванні капіталу підприємства слід враховувати, що його структура повинна відповідати потребам підприємства. Співвідношення між власним та позиковим капіталом повинно забезпечувати підприємство від можливих фінансових ризиків.

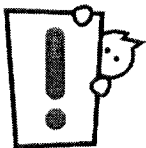
Економічні епохи відрізняються не тим, що виробляється, а тим, як виробляється, якими засобами праці.

Карл Маркс

2. Поняття, класифікація і структура основних фондів підприємства

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

Основні фонди підприємства – це засоби праці, які використовуються ним в процесі виробництва і постачання продукції, для здійснення соціально-культурних та адміністративних функцій протягом тривалого часу і переносять свою вартість на вартість готової продукції поступово, шляхом амортизаційних відрахувань.



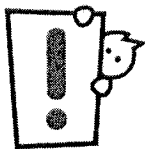
При цьому основні фонди не змінюють своїх форм і розмірів, а їх вартість не має бути меншою встановленої державою межі.

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

Найбільш поширеним і використовуваним є поділ основних фондів за **функціональним призначенням**. Розрізняють:

- *будівлі* – це корпуси цехів, житлових будинків, адміністративно-господарських приміщень, закладів громадського харчування, торгівлі та ін.;
- *споруди* – інженерно-технічні побудови: мости, тунелі, очисні споруди, нафтові і газові свердловини, водонапірні башти, штольні, підземні і наземні переходи, насосні станції тощо;
- *передавальні пристрої* – засоби передачі усіх видів енергії (електричної, механічної, теплової) від машин-двигунів до робочих машин: лінії зв'язку, електромереж, паро-, газо-, водо-, нафтопроводи та ін.;
- *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;
- *транспортні засоби* – це засоби внутріцехового, міжцехового і міжзаводського транспорту: автомобілі, тягачі, автотранспортувачі, електрокари, тепловози, вагони та ін.;
- *інструмент* - ручні та механізовані інструменти усіх видів, вимірювальні та різучі 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: канцтовари, меблі, протипожежні засоби, засоби забезпечення санітарного стану та ін.

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



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

До **активної частини** належать основні фонди, 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).

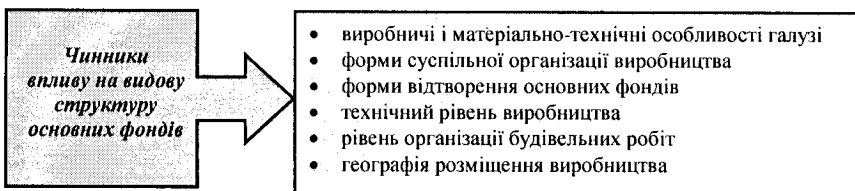
Класифікація основних фондів



До *пасивної частини* належать основні фонди, 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 фондів є зростання частки їх активної частини.

На видову структуру основних фондів підприємства впливають ряд *чинників*.



Виробничі і матеріально-технічні особливості галузі. У добувних галузях характер технології обумовлює наявність дорогих споруд – шахт, гірничих виробіток, свердловин; при заготівлі лісу, риболовлі – транспортних засобів; виробництві товарів легкої промисловості - значних виробничих площ, обладнання; в машинобудівній і приладобудівній галузях – дорогого обладнання, пристроїв, вимірювальної техніки тощо. Тому в кожній із цих галузей у структурі переважає певна група основних фондів.

Форми суспільної організації виробництва – чим вищим є рівень концентрації, спеціалізації, кооперування і комбінування, тим вищою в структурі фондів є питома вага їх активної частини.

Форми відтворення основних фондів (будівництво нових, реконструкція, розширення, технічне переоснащення діючих підприємств). Для нового будівництва характерним є ріст пасивної частини основних фондів. Реконструкція, технічне переоснащення приводять до прогресивних змін в їх структурі шляхом збільшення активної частини.

Технічний рівень виробництва – його підвищення супроводжується незначним збільшенням вартості будівель, споруд і значно швидшим зростанням вартості машин, обладнання, приладів та інших активних елементів.

Рівень організації будівельних робіт. Підвищення рівня індустріалізації будівництва спричиняє зниження вартості будівельно-монтажних робіт. При фіксованому обсязі інвестицій більша їх частка може бути спрямована на придбання машин, обладнання, приладів тощо.

Географія розміщення виробництва. Введення в дію підприємств в неосвоєних районах, районах зі складними природно – кліматичними умовами вимагає збільшення затрат на комунікації, будівлі, споруди, збільшує вартість будівництва, тобто зростає частка пасивної частини основних фондів.

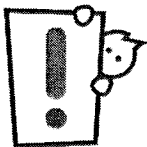
Окрім технологічної виділяють *галузеву і вікову структуру основних фондів*. Перша з них характеризується співвідношенням питомої ваги основних фондів різних галузей до загальної вартості основних фондів підприємства; друга – це співвідношення основних фондів різних вікових груп у їх загальній вартості.

3. Облік і оцінка основних фондів

Облік і оцінка основних фондів здійснюється у *натуральній і вартісній* формах.

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

Натуральні показники обліку основних фондів визначаються специфікою їх елементів та призначенням. *Наприклад*, серед них можна виділити показники площі (м²), об'єму (м³), потужності (кВт), продуктивності обладнання (шт./зміну), кількість одиниць обладнання тощо.



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

Залежно від моменту оцінювання та стану основних фондів розрізняють такі види їх вартісної оцінки:

1. Первісна вартість – це фактичні витрати підприємства у момент придбання основних фондів і взяття їх на баланс. Така вартість включає:

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

Первісна вартість основних фондів (B_n) може бути в загальному вигляді представлена формулою:

$$B_n = Ц + З + Т + С + М, \text{ грн.},$$

де $Ц$ – ціна основних фондів, грн.;

$З$ – збори, мита, непрямі податки, грн.,

$Т$ – транспортні витрати;

$С$ – витрати на страхування ризиків;

$М$ – витрати на установку, монтаж і доведення до експлуатаційного стану основних фондів, грн.

Якщо йдеться про введення підприємством в експлуатацію нових приміщень (будівель), то первісною його вартістю вважається кошторисна вартість.

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

2. Відновна (переоцінена) вартість – це вартість відтворення основних фондів 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 фондів, введених в експлуатацію в різні роки. Відмінність у вартості основних фондів викликана інфляцією, наслідками науково-технічного прогресу та ін.

Відновна вартість основних фондів встановлюється шляхом їх переоцінки, тобто індексації їх первісної вартості. Показник індексації основних фондів розраховується на основі індексу інфляції року. Якщо інфляція протягом року не перевищувала 10%, то індексація основних фондів не проводиться.

Відновну (переоцінену) вартість основних фондів ($B_{пер}$) можна визначити за формулою:

$$B_{пер} = B_n \times I_n \text{ грн.},$$

$$I_n = B_{справ} / B_{зал}$$

де I_n - індекс переоцінки основних фондів.
 $B_{справ}$ - справедлива вартість основних фондів, грн.;
 $B_{зал}$ - залишкова вартість основних фондів, грн.

3. Залишкова вартість - це різниця між вартістю, за якою основні фонди були взяті на баланс підприємства (первісною або переоціненою), та сумою зношення. Залишкова вартість показує ту частину вартості основних фондів, яка ще не перенесена на вироблену продукцію, і розраховується:

$$B_{зал} = B_n (B_{пер}) - Z_n \text{ грн.},$$

$$\text{або } B_{зал} = B_{справ} / I_n \text{ грн.},$$

де Z_n - сума зношування основних фондів, грн.

4. Справедлива вартість - це первісна вартість основних фондів, 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 фондів і встановлюється професійними експертами-оцінювачами. В разі неможливості такої оцінки, основні фонди обмінюються за відновною вартістю. Справедливу вартість можна визначити:

$$B_{справ} = B_{зал} \times I_n \text{ грн.},$$

5. Ліквідаційна вартість ($B_{л}$) – це залишкова вартість основних фондів на час їх вибуття з експлуатації, спричиненого зношенням. За цією

вартістю підприємство може реалізувати основні фонди, списати, передати на баланс іншому підприємству.

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

В процесі експлуатації основні фонди підприємства зношуються.

Зношування основних фондів – 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 фондів. Нараховане зношення у розмірі 100% вартості основних фондів, які придатні для подальшої експлуатації, не може бути підставою для їх списання внаслідок зношення.

Розрізняють *фізичне* і *моральне* зношення основних фондів.

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

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

Чинники впливу на фізичне зношування основних фондів

- *якість основних фондів*
(досконалість конструкції виробу, дотримання технології в процесі його виготовлення, якість матеріалів і комплектуючих);
- *умови експлуатації основних фондів*
(ступінь завантаження, якість і своєчасність технічного догляду і ремонтів, режим роботи тощо)

Фізичне зношування основних фондів може бути *усувним* (ліквідується шляхом проведення ремонтів різної складності) і *неусувним* (призводить до повного руйнування основних фондів та їх ліквідації).

Оцінити фізичне зношування основних фондів можна за допомогою *коефіцієнта фізичного зношування основних фондів* ($K_{ф.знош.}$):

$$K_{ф.знош.} = B_{кат.рем.} / B_n,$$

$$\text{або } K_{ф.знош.} = A / B_n,$$

$$\text{або } K_{ф.знош.} = T_{ф.} / T_n$$

де $B_{кат.рем.}$ - вартість капітальних ремонтів основних фондів від початку служби, грн.;

A – сума зношення (амортизації) основних фондів від початку

служби, грн.

T_f, T_n – фактичний та нормативний строк служби основних фондів, роки.

Коефіцієнт фізичного зношування основних фондів не може перевищувати 1.

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

Розрізняють моральне зношування основних фондів I і II роду.

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

Оцінити моральне зношування I роду можна за *коефіцієнтом морального зношування I роду* ($K_{\text{мор.зпош I}}$):

$$K_{\text{мор.зпош I}} = B_n - B_v / B_n$$

Моральне зношування II роду - це часткова втрата основними фондами своєї вартості в результаті створення і впровадження у виробництво більш продуктивних і економічніших засобів праці. В такому випадку старі основні фонди перестають задовольняти потреби споживачів, їх використання стає економічно не вигідним.

Одні і ті ж основні фонди можуть задовольняти або не задовольняти потреби конкретних споживачів. Тому величина морального зношування II роду буде різною у різних споживачів, отже недоцільно його розраховувати.

Загальний коефіцієнт зношування основних фондів ($K_{\text{заг.зпош}}$) визначається:

$$K_{\text{заг.зпош}} = 1 - (1 - K_{\text{ф.зпош}}) \times (1 - K_{\text{мор.зпош I}})$$

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

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

За економічним змістом ремонті поділяються на поточний, капітальний та відновний.

Поточний ремонт породжується випадковими поломками, що принципово не впливають на нормальне використання основних фондів. Він має характер дрібних налагоджувальних робіт, не відновлює основних фондів, 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 фондів.

Капітальний ремонт породжується закономірним зношуванням основних фондів і спрямований на відновлення їх початкових експлуатаційних характеристик. Він є однією із форм відтворення основних фондів. Під час капітального ремонту основні фонди демонтують, замінюють або відновлюють вузли, конструктивні елементи. Цей вид ремонту доволі складний, він проводиться через порівняно великі проміжки часу і потребує значних витрат. Витрати на капітальний ремонт є значно більшими і одноразовими. Вони визначаються заздалегідь і збільшують вартість основних фондів.

Відновний ремонт – особливий вид ремонту основних фондів, 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.

На практиці розмежувати ремонтні роботи за економічним змістом досить складно, оскільки немає чіткої межі між самим ремонтом і відтворенням, витратами на збереження основних фондів та витратами на їх відновлення. Тому частіше ремонти поділяють за організаційно-технічними ознаками: складністю, періодичністю, обсягом робіт, місцем проведення ремонту та ін.

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.

Загальна вартість ремонтів ($V_{рем}$) певного виду обладнання за рік обчислюється за формулою:

$$V_{рем} = V_{зам.елем} + V_{зар.плат}, \text{ грн.},$$

де $V_{зам.елем}$ – вартість замінюваних елементів на проведення ремонтів, грн./рік;

$V_{зар.плат}$ – витрати на заробітну плату при проведенні ремонтів, грн./рік;

$$V_{зам.елем} = V_{гелем} \times K_{рем} \times K_{одн}, \text{ грн./рік},$$

де $V_{гелем}$ – середньозважена величина вартості одного замінюваного елемента, грн;

$K_{рем}$ – кількість ремонтів протягом року;

$K_{одн}$ – коефіцієнт виходу з ладу основних фондів.

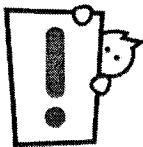
$$V_{зар.плат} = t_{рем} \times C_{грем} \times K_{рем}, \text{ грн./рік},$$

де $t_{рем}$ – витрати часу на один ремонт, год.;

$C_{грем}$ – середньогодинна тарифна ставка робітника-ремонтника, грн./год.;

Витрати на заробітну плату також повинні враховувати усі нарахування на неї.

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



Модернізація основних фондів, 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 фондів, здійснюється з використанням новітніх технічних досягнень, підвищує економічну ефективність обладнання і тому є однією з форм їх розширеного відтворення.

5. Амортизація основних фондів

В процесі використання основні фонди підлягають амортизації.

Амортизація – це перенесення вартості основних фондів на вартість новоствореної продукції протягом терміну їх корисного використання (експлуатації)

Фактично амортизація означає списання протягом терміну експлуатації балансової вартості основних фондів.

Порядок нарахування амортизації визначений Податковим кодексом України (ПКУ), розділ III.

Згідно ПКУ (п. 144.1) амортизації підлягають:

- ❖ *витрати на придбання основних фондів і нематеріальних активів для власного використання;*
- ❖ *витрати на самостійне виготовлення основних фондів;*
- ❖ *витрати на проведення всіх видів ремонту, реконструкції, модернізації та інших видів покращення основних фондів, що перевищують 10% сукупної вартості основних фондів;*
- ❖ *витрати на капітальне поліпшення земель, не пов'язане з будівництвом;*
- ❖ *капітальні інвестиції, отримані підприємством з бюджету у вигляді цільового фінансування на придбання основних фондів;*
- ❖ *суми переоцінки вартості основних фондів;*
- ❖ *вартість безоплатно отриманих об'єктів.*

Не підлягають амортизації та повністю відносяться до складу витрат підприємства за звітний період витрати на:

- утримання основних фондів, які знаходяться на консервації;
- ліквідацію основних засобів;
- придбання (виготовлення) сценічно-постановочних предметів вартістю до 5 тис. грн. театральні – видовищними підприємствами;
- витрати на виробництво національного фільму та придбання майнових прав інтелектуальної власності на національний фільм;
- витрати бюджетів на будівництво та утримання споруд благоустрою та житлових будинків;
- витрати на придбання і збереження бібліотечних і архівних фондів;
- витрати бюджетів на будівництво та утримання автомобільних доріг загального користування;
- витрати на придбання та збереження Національного архівного фонду України;
- вартість гудвілу;
- витрати на придбання або самостійне виготовлення, ремонт, реконструкцію, модернізацію або інші поліпшення невиробничих основних фондів.

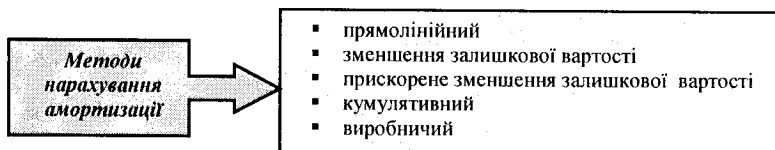
Нарахування амортизації здійснюється пооб'єктно і щомісячно. Для нарахування амортизації ПКУ передбачено **16 груп** основних фондів.

Класифікація основних фондів для нарахування амортизації

<i>Групи основних фондів</i>	<i>Мінімальні строки корисного використання, років</i>
<i>група 1</i> - земельні ділянки	-
<i>група 2</i> - капітальні витрати на поліпшення земель, не пов'язані з будівництвом	15
<i>група 3</i> будівлі	20
споруди	15
передавальні пристрої	10
<i>група 4</i> - машини та обладнання	5
з них:	
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, комутатори, маршрутизатори, модулі, модеми, джерела безперебійного живлення та засоби їх підключення до телекомунікаційних мереж, телефони (в тому числі стільникові), мікрофони і рації, вартість яких перевищує 2500 гривень	2

Групи основних фондів	Мінімальні строки корисного використання, років
група 5 - транспортні засоби	5
група 6 - інструменти, прилади, інвентар (меблі)	4
група 7 - тварини	6
група 8 - багаторічні насадження	10
група 9 - інші основні засоби	12
група 10 - бібліотечні фонди	-
група 11 - малоцінні необоротні матеріальні активи	-
група 12 - тимчасові (нетитульні) споруди	5
група 13 - природні ресурси	-
група 14 - інвентарна тара	6
група 15 - предмети прокату	5
група 16 - довгострокові біологічні активи	7

Податковий кодекс України передбачає різні методи нарахування амортизації основних фондів.



1. Прямолінійний (рівномірний) метод передбачає щорічне перенесення на собівартість продукції однакової частини вартості основних фондів протягом усього терміну їх служби.

Річна сума амортизації (A) визначається як добуток первісної (відновної) вартості об'єкта основних фондів та річної норми амортизації (H_a):

$$A = (B_n \times H_a) / 100, \text{ грн.}$$

або $A = B_n / T_{ca}, \text{ грн.}$

$$H_a = 1 / T_{ca} \times 100, \%$$

де T_{ca} – строк корисного використання основних фондів, роки.

2. Зменшення залишкової вартості. Річна сума амортизації визначається як добуток залишкової вартості основних фондів на початок звітного року або первісної вартості на дату початку нарахування амортизації на річну норму амортизації, яка визначається за формулою:

$$H_a = 1 - \sqrt[T_{ca}]{B_n / B_n}, \%$$

3. Прискорене зменшення залишкової вартості. Річна сума амортизації визначається як добуток залишкової вартості основних фондів на початок звітного року або первісної вартості на дату початку нарахування амортизації на річну норму амортизації. Річна норма амортизації є *подвотною нормою*, використовуваною при прямолінійному методі нарахування амортизації.

Цим методом нараховується амортизація основних фондів групи 4 (машини та обладнання) та групи 5 (транспортні засоби).

4. Кумулятивний метод. Річна сума амортизації обчислюється як добуток вартості, яка амортизується, на кумулятивний коефіцієнт. *Кумулятивний коефіцієнт* – це відношення кількості років, що залишилися до кінця строку використання основних фондів, до суми чисел років їх корисного використання. *Наприклад*, при 6-річному терміні експлуатації основних фондів кумулятивні коефіцієнти становитимуть:

1-й рік - 6/21;

2-й рік - 5/21;

3-й рік - 4/21;

.....

6-й рік - 1/21, де $21 = 1+2+3+4+5+6$.

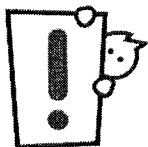
5. Виробничий метод. Місячна сума амортизації (A_m) визначається як добуток фактичного обсягу продукції, виробленої за місяць ($Q_{фм}$), на виробничу ставку амортизації. *Виробнича ставка амортизації* (C_a) - це відношення вартості, що амортизується, до загального обсягу продукції, який підприємство планує (очікує) виробити з використанням цих основних фондів ($Q_{нл}$):

$$C_a = B_n (B_0) / Q_{нл}$$

Такі методи нарахування амортизації, як зменшення залишкової вартості, прискорене зменшення залишкової вартості та кумулятивний є *методами прискореної амортизації основних фондів*. Вони використовуються з метою пошвидшення процесу відтворення основних фондів, оскільки дозволяють протягом першої половини терміну їх корисного використання відшкодувати 60-70% їх вартості.

Основні фонди групи 1 (земельні ділянки) і групи 13 (природні ресурси) не підлягають амортизації. Основні фонди груп 9, 12, 14, 15 амортизуються прямолінійним та виробничим методами.

Нарахування амортизації здійснюється *помісячно*. При визначенні терміну корисного використання основних фондів слід враховувати очікуване використання об'єкта з врахуванням його потужності, продуктивності; фізичне і моральне зношування, що передбачається; правові та інші обмеження щодо строків використання основних фондів та ін.



У разі зміни очікуваних економічних вигад від використання основних фондів, термін їх експлуатації та метод нарахування амортизації переглядаються.

Нарахування амортизації призупиняється на період виводу об'єкта з експлуатації у зв'язку із реконструкцією, модернізацією, дообладнанням, консервацією та ін. Закінчується нарахування амортизації основних фондів лише за умови рівності їх залишкової та ліквідаційної вартостей (умовно ліквідаційна вартість дорівнює нулю).

6. Напрямки відтворення основних фондів

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

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

Цей процес обумовлений, по-перше, участю основних фондів у декількох виробничих циклах, і, по-друге, поступовим перенесенням їх вартості на новостворену продукцію в результаті зношування.

Розрізняють такі **форми відтворення основних фондів**:

- 1) *підтримання основних фондів* у придатному для експлуатації стані; здійснюється шляхом проведення технічних доглядів, поточних і капітальних ремонтів; витрати на них залежать від складності ремонту, вартості запасних частин, вузлів, рівня оплати праці та ін.;
- 2) *просте відтворення основних фондів (реновація)*, тобто заміна фізично і морально зношених основних фондів новими, часто з кращими технічними характеристиками; є необхідною умовою збереження існуючих масштабів виробництва;
- 3) *розширене відтворення* основних засобів на існуючій та новій технічній основі (здійснення технічного переоснащення, реконструкції розширення виробництва та нового будівництва).

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

Технічне переоснащення передбачає здійснення заходів щодо впровадження нової техніки, технології на окремих дільницях, механізації і автоматизації виробництва, заміни застарілого обладнання, які здійснюються згідно плану технічного розвитку підприємства без розширення виробничих площ.

Реконструкція підприємства – це здійснюване за єдиним проектом повне або часткове переобладнання виробництва. Основна частина інвестицій спрямовується на поліпшення активної частини основних фондів при використанні старих виробничих будівель та споруд. Таке відтворення

забезпечує збільшення випуску продукції із значно меншими витратами і в більш стислі терміни в порівнянні з новим будівництвом.

Розширення виробництва передбачає спорудження других і наступних черг, додаткових виробничих комплексів, цехів, комунікацій, допоміжних та обслуговуючих виробництв на території підприємства.

Нове будівництво – це спорудження цехів, корпусів підприємства на нових будівельних майданчиках згідно окремого проекту, яке передбачає розширення виробничих площ, значне збільшення потужності. Нове будівництво є економічно доцільним, якщо неможливо нарощувати потужності на діючих підприємствах, а також при організації виготовлення принципово нових видів продукції, диверсифікації виробництва та ін.

7. Показники ефективності відтворення і використання основних фондів

Процес відтворення основних фондів 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 фондів**.

Вони поділяються на:

1. Показники технічного стану основних фондів:

- коефіцієнт зношування основних фондів: $K_z = Z_n \times 100 / B_n$,
- коефіцієнт придатності основних фондів: $K_{np} = (B_n - Z_n) \times 100 / B_n$.

2. Показники руху основних фондів:

- коефіцієнт оновлення: $K_{онов} = S_{ав} / S_k$,
де $S_{ав}$ – вартість введених основних фондів за певний період, грн.;
- S_k – вартість основних фондів на кінець періоду, грн.
- коефіцієнт вибуття: $K_{виб} = S_l / S_n$,
де S_l – вартість ліквідованих основних фондів за певний період (рік), грн.;
- S_n – вартість основних фондів на початок періоду, грн.;

Показники, що характеризують рівень ефективності використання основних фондів, поділяються на загальні та часткові.

Основним загальним показником є **фондовіддача (Фв)**:

$$Фв = Q / S_{сер}, \text{ грн.},$$

- де Q – обсяг товарної (валової, чистої) продукції підприємства за рік, грн.;
- $S_{сер}$ – середньорічна вартість основних фондів підприємства, грн.

Рентабельність основних фондів характеризує показник фондовіддачі, обчислений не за обсягом продукції, а за прибутком ($Ф_{рент}$):

$$Ф_{рент} = П / S_{сер} \times 100, \%$$

- де $П$ – прибуток підприємства, грн.

На показники фондівіддачі та рентабельності основних фондів, як загальних показників їх використання, впливають ряд зовнішніх та внутрішніх чинників. *Зовнішніми чинниками впливу* є ріст витрат на придбання основних фондів, пов'язаних з поліпшенням умов праці працівників, забезпеченням якості продукції на рівні світових стандартів, охороною довкілля тощо. Ці чинники впливають на зниження фондівіддачі.

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

Оберненим до фондівіддачі показником є *фондомісткість* (Φ_m):

$$\Phi_m = S_{сер} / Q, \text{ грн.}$$

Показником, який характеризує рівень забезпеченості основними виробничими фондами ПВП підприємства є *фондоозброєність праці* (Φ_o):

$$\Phi_o = S_{сер} / Ч_{ссп}, \text{ грн./чол.}$$

Середньорічна вартість основних фондів обчислюється:

$$S_{сер} = S_n + S_{ва} \times T_{ва} / 12 + S_{вив} \times T_{вив} / 12, \text{ грн.},$$

де $S_{вив}$ – вартість виведених з експлуатації основних фондів протягом року, грн.;

$T_{ва}$, $T_{вив}$ – кількість місяців до кінця року з моменту введення в дію та виведення основних фондів з експлуатації.

Частковими показниками використання основних фондів є:

1) *коефіцієнт змінності роботи обладнання* ($K_{зм}$);

$$K_{зм} = B_{в-зм} / B_{в-д}$$

$$\text{або } K_{зм} = \Phi_{д} / \Phi_{д1},$$

$$\Phi_{д} = (\Phi_k - B - C) \times t_{зм} \times Z_m \times K_{вик\ рч}, \text{ год.},$$

де $B_{зм}$ – кількість відпрацьованих верстатів - змін;

$B_{д}$ – кількість відпрацьованих верстатів - днів;

$\Phi_{д}$ – дійсний фонд робочого часу обладнання за певний період, год.;

$\Phi_{д1}$ – дійсний фонд робочого часу обладнання за певний період при однозмінній роботі, год.;

Φ_k – календарний фонд робочого часу, дні;

B, C – вихідні і святкові дні;

$t_{зм}$ – тривалість зміни, год.;

Z_m – кількість змін роботи обладнання на добу, год.;

$K_{вик\ рч}$ – коефіцієнт використання робочого часу;

2) *коефіцієнт екстенсивного завантаження обладнання;*

3) *коефіцієнт інтенсивного завантаження устаткування;*

4) *коефіцієнт інтегрального використання основних фондів.*

На практиці також використовуються: коефіцієнт використання виробничих площ, *наприклад*, цеху, показник зняття продукції з 1м² виробничої площі, коефіцієнт пропускну здатності водонапірної башти, резервуару тощо.

Для забезпечення ефективного використання основних фондів кожне підприємство повинно визначити «набір» заходів, реалізація яких позитивно вплине на показники відтворення та використання основних фондів.

Основними шляхами покращення використання та відтворення основних фондів можуть бути:

- удосконалення технологічної структури основних фондів 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 фондів підприємств шляхом їх реконструкції, технічного переоснащення, модернізації; вони супроводжуються широким оновленням основних фондів 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);

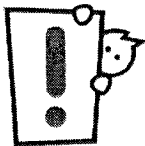
підвищення якості ремонтного обслуговування основних фондів; при організації ремонтних робіт слід дотримуватись принципів паралельності, пропорційності, неперервності та ін., методів календарного і мережевого планування та моделювання на базі комп'ютеризації розв'язання практичних завдань;

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.

8. 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.

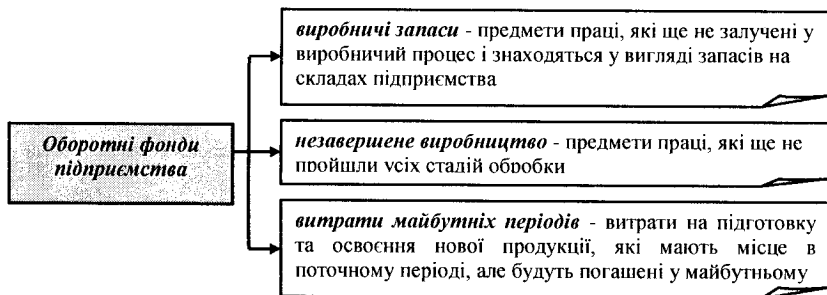
Оборотні фонди підприємства – це частина його виробничих фондів, яка споживається в одному технологічному циклі виготовлення продукції і повністю переносить свою вартість на вартість цієї продукції



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.

За характером участі у виробничому процесі оборотні фонди поділяються на *три групи*.



Найбільшу питому вагу у складі оборотних фондів підприємства становлять *виробничі запаси*. 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).

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 місяця 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 (висока питома вага виробничих запасів), трудомісткою (зростає частка незавершеного виробництва), унікальною (висока питома вага витрат майбутніх періодів);
- ❖ *характер виробництва* – неперервне, дискретне, сезонне; останнє, наприклад, спричиняє досить значну частку виробничих запасів (виробництво цукру, переробка плодово-ягідної продукції та ін.);
- ❖ *тривалість технологічного циклу* (від кількох годин до кількох років); наприклад, у хлібопекарській галузі мізерною є частка незавершеного виробництва, а в літакобудуванні вона дуже вагома;
- ❖ *територіального розміщення виробництва* – віддаленість від постачальників матеріальних ресурсів збільшує питому вагу виробничих запасів у структурі оборотних фондів, неосвоєність території впливає на витрати майбутніх періодів.

9. Показники використання та нормування витрат матеріальних ресурсів

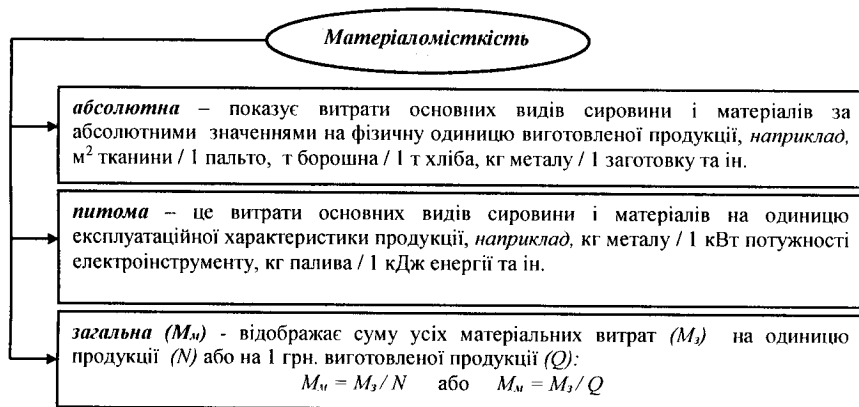
Виробничі запаси по своєму складу є матеріальними ресурсами. Оскільки їх питома вага у структурі оборотних фондів значна, то для підприємства важливою є оцінка ефективності їх використання з метою пошуку джерел і шляхів зниження матеріальних витрат. Для цього використовується система показників, основним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

Оберненим показником до матеріаломісткості є **матеріаловіддача (M_6)**:

$$M_6 = Q / M_3, \text{ грн.}$$

У практичній діяльності підприємства також часто використовують показники:

1) **коефіцієнт використання матеріалів** ($K_{\text{вик.матер}}$) – відношення чистої ваги виробу до норми витрат сировини і матеріалів (*плановий* $K_{\text{вик.матер}}$) або відношення чистої ваги виробу до фактичних витрат сировини і матеріалів (*фактичний* $K_{\text{вик.матер}}$);



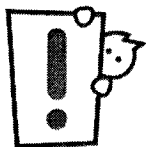
2) **коефіцієнт відходів** – відношення величини відходів до величини загальних витрат матеріалів;

3) **коефіцієнт вилучення готової продукції з одиниці переробленої сировини** – відношення ваги готової продукції до ваги переробленої сировини; цей коефіцієнт має певну межу, яка характеризує вміст у вихідній сировині корисних компонентів, *наприклад*, вміст заліза у залізній руді, вміст жиру у молоці тощо.

Відносна економія матеріальних витрат ($E_{\text{матер}}$) обчислюється:

$$E_{\text{матер}} = M_{\text{баз}} \times I_q - M_{\text{пл}}, \text{ грн.},$$

де $M_{\text{баз}}$, $M_{\text{пл}}$ – 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.

Джерела економії матеріальних ресурсів показують, за рахунок чого може бути досягнута економія, а **шляхи економії** – яким чином, за допомогою яких заходів вона може бути досягнута.



Потреба підприємства в матеріальних ресурсах залежить від двох чинників: запланованого обсягу виробництва продукції та норм витрат сировини, матеріалів, палива, енергії тощо.

Норма витрат матеріальних ресурсів – це гранично допустима кількість сировини, матеріалів, палива, енергії для виробництва одиниці продукції або виконання одиниці роботи визначеної якості

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

Структуру норми витрат (H_v) можна представити:

$$H_v = B_q + B_{відх} + B_i, \text{ нат. од.},$$

де B_q – чисті витрати матеріалу (чиста вага) на одиницю продукції, нат. од.;

$B_{відх}$ – технологічно неминучі відходи і втрати, нат.од.;

B_i – інші втрати, які виникають в процесі транспортування, зберігання тощо, нат.од.

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 дослідів 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;
- *камбінований* – передбачає одночасне використання перерахованих методів.

В основі нормування витрат матеріальних ресурсів лежать принципи *прогресивності* (розробка норм на основі передового досвіду, впровадження прогресивної техніки, технології, організації виробництва) і *динамічності* (можливість оперативно переглядати норми при зміні умов виробництва, якості матеріальних ресурсів).

10. 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:

- 1) джерелами формування: *власні та позичкові;*
- 2) способі виявлення потреби: *нормовані та ненормовані.*

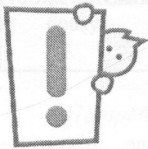
Необхідність поділу оборотних коштів на *власні* та *позичкові* обумовлена неоднаковою потребою в них у часі.

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.

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

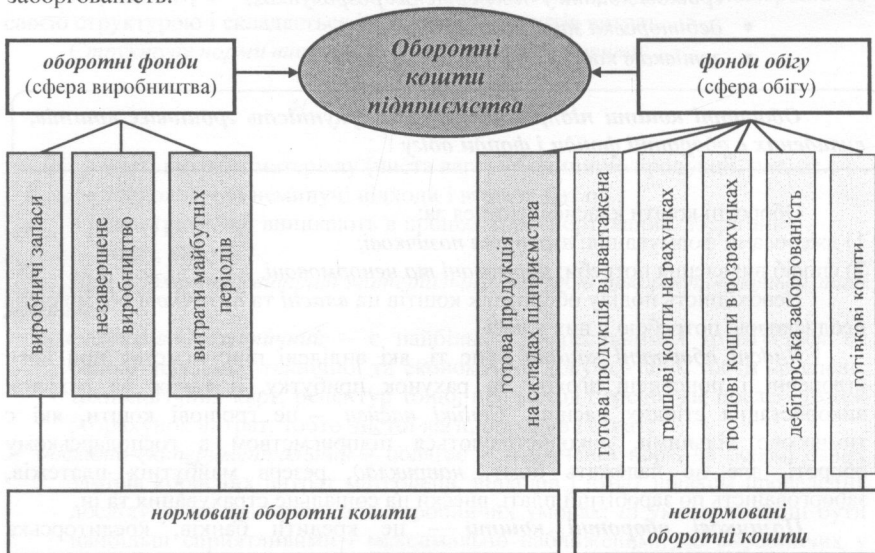
На всіх підприємствах протягом року потреба в оборотних коштах коливається, *наприклад*, на формування запасів готової продукції на складах, на

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 безперерйність виробничо-господарської діяльності підприємства. До нормованих належать всі оборотні кошти, які обслуговують сферу виробництва (оборотні фонди) та готова продукція на складах підприємства.

Ненормованими є оборотні 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.



В сучасних умовах, коли підприємства знаходяться на повному самофінансуванні, правильне визначення потреби в оборотних коштах має особливе значення.

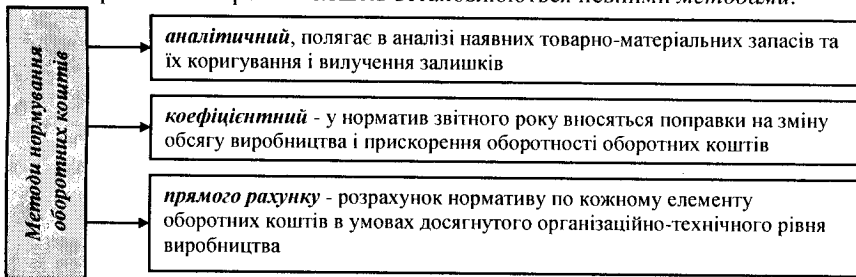
Структура оборотних коштів – це виражене у відсотках співвідношення окремих елементів у їх загальному обсязі. Ця структура змінюється в часі, вона неоднакова вона в різних галузях промисловості і визначається рядом чинників виробничого, постачальницького і збутового характеру. До *виробничих чинників* 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.

11. Розрахунок нормативів оборотних коштів

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

Норматив оборотних коштів – це грошовий вираз вартості мінімальних і в той же час достатніх запасів товарно-матеріальних 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 ($Z_{дн}$) включає:

1) *транспортний запас ($Z_{тр}$)* – час на знаходження товарно-матеріальних цінностей в дорозі від постачальника до споживача; час знаходження матеріалів в транспортних запасах визначається від моменту їх передачі транспортним організаціям до моменту передачі матеріалів споживачу;

2) *підготовчий запас* ($Z_{підг}$) – 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;

3) *технологічний запас* ($Z_{техн}$) – час на підготовку матеріалів до виробничого споживання: сушіння деревини, природне старіння окремих видів матеріалів, вилежування льону тощо; визначається кількістю днів, необхідних в конкретних умовах виробництва;

4) *поточний запас* ($Z_{поточ}$) – основний вид запасу, який необхідний для безперебійного забезпечення виробництва матеріальними ресурсами в період між двома поставками; його розмір в днях залежить від частоти поставки і визначається інтервалом між двома суміжними поставками ($T_{пост}$); поточний запас постійно змінює величину, в день надходження чергової партії він буває максимальним, напередодні надходження – мінімальним. Тому його середня норма в днях приймається як половина тривалості інтервалу між поставками. Інтервал між поставками визначається на основі домовленостей з постачальниками або на основі аналізу звітних даних за кілька років;

5) *страховий (гарантійний) запас* ($Z_{стр}$) – час на забезпечення безперебійності виробничого процесу на випадок непередбачених перебоїв у постачанні (затримка в дорозі, некомплектність поставок тощо); період зриву поставок в днях ($T_{зрив.пост}$) визначається на основі аналізу зривів у минулих періодах.

Норматив виробничих запасів в натуральному та вартісному виразі ($H_{вир.зап}$) визначається множенням денної потреби в певному виді матеріальних ресурсів (D) в натуральних або вартісних вимірниках на норматив запасу в днях:

$$H_{вир.зап} = D \times Z_{дн}, \text{ од., грн.}$$

Денна потреба у певному виді матеріальних ресурсів визначається діленням загальної річної потреби в ресурсі ($M_{заг}$) на 360, а остання обчислюється:

$$M_{заг} = N_i \times g_i, \text{ од.,}$$

$$g_i = M_i \text{ чиста} / K \text{ викор. матер.}$$

де N_i – кількість деталей, виробів i -го виду, од.;

g_i – маса (площа) заготовки однієї деталі, виробу i -го виду, натур. од.;

$M_i \text{ чиста}$ – чиста вага деталі, виробу, натур. од.

Часткові нормативи визначаються:

$$H_{поточн} = D \times T_{пост}, \text{ од., грн.};$$

$$H_{сєр.поточ} = D \times T_{пост} / 2, \text{ од., грн.};$$

$$H_{стр} = D \times T_{зрив.пост}, \text{ од., грн.};$$

$$H_{макс} = H_{тр} + H_{підг} + H_{техн} + H_{поточ} + H_{стр}, \text{ од., грн.};$$

$$H_{мін} = H_{тр} + H_{підг} + H_{техн} + H_{стр}, \text{ од., грн.}$$

Кожен із цих часткових нормативів визначається як добуток денної потреби в ресурсах на їх запас у днях.

Величина оборотних коштів у *незавершеному виробництві* залежить від обсягу самого незавершеного виробництва, тривалості виробничого циклу, характеру розподілу витрат на випуск продукції на окремих стадіях виробництва, а також співвідношення середньої собівартості незавершеного виробництва і готової продукції (коефіцієнта наростання затрат $K_{нз}$).

Норматив оборотних коштів у незавершеному виробництві ($H_{нзв}$) визначається за формулою:

$$H_{нзв} = C_p \times T_{ц} \times K_{нз} / 360, \text{ грн.},$$

де C_p - собівартість річного обсягу випуску продукції, грн.

Норматив оборотних коштів у витратах майбутніх періодів ($H_{майб\ пер}$) розраховується, виходячи із залишків коштів на початок періоду ($B_{поч}$), суми запланованих на період витрат ($B_{пл}$) за мінусом суми на погашення витрат у плановому періоді за рахунок собівартості продукції ($B_{погаш}$):

$$H_{майб\ пер} = B_{поч} + B_{пл} - B_{погаш}, \text{ грн.}$$

Норматив оборотних коштів у запасах готової продукції ($H_{зн}$) визначається як добуток одностороннього випуску продукції за виробничою собівартістю (B_0) на норму запасу готової продукції на складах у днях:

$$H_{зн} = B_0 \times Z_{дн}, \text{ грн.}$$

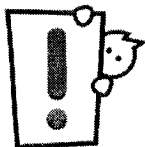
Сукупний норматив оборотних коштів підприємства ($H_{сум}$) обчислюється:

$$H_{сум} = H_{вир.зат} + H_{нзв} + H_{майб\ пер} + H_{зн}, \text{ грн.}$$

Усі зазначені нормативи оборотних коштів повинні враховувати потреби підприємства не лише для їх основної діяльності, але й для виробничої інфраструктури та невикористаних підрозділів.

12. 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:

$$Г - ВЗ - НЗВ - ГП - Г'$$

На *I стадії* ($Г - ВЗ$) оборотні кошти змінюють грошову форму на товарну, «перетворюючись» у виробничі запаси; на *II стадії* ($ВЗ - ГП$) йде процес споживання предметів праці у виробництві та їх перетворення через

незавершене виробництво у готову продукцію; на *III 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 оборотності ($K_{об}$) показує кількість оборотів, які здійснюють оборотні кошти підприємства за рік, і визначається відношенням реалізованої за рік продукції (PP) до середньорічного залишку нормованих оборотних коштів ($S_{ноз}$):

$$K_{об} = PP / S_{ноз}, \text{ об./рік.}$$

Коефіцієнт завантаження ($K_{зав}$) - величина, обернена коефіцієнту оборотності:

$$K_{зав} = S_{ноз} / PP.$$

Цей показник показує, скільки оборотних коштів підприємства припадає на одну гривню реалізованої продукції.

Тривалість обороту ($T_{об}$) показує тривалість одного обороту оборотних коштів у днях і визначається:

$$T_{об} = 360 / K_{об}, \text{ дні.}$$

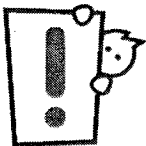
Середньорічний залишок нормованих оборотних коштів ($S_{ноз}$) обчислюється:

$$S_{ноз} = \frac{1/2S_1 + S_2 + S_3 + \dots + S_{12} + 1/2S_{13}}{12}, \text{ грн.}$$

де S_1, S_2, \dots, S_{12} - залишки нормованих оборотних коштів на перше число кожного місяця розрахункового року, грн.;

S_{13} - залишки нормованих оборотних коштів на перше січня наступного за розрахунковим року, грн.

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



Чим більше кругообігів здійснюють оборотні кошти підприємства протягом року, тобто чим меншою є тривалість одного їх обороту, тим менше їх потрібно для забезпечення життєдіяльності підприємства. Це свідчить про підвищення ефективності використання оборотних коштів.

Прискорення оборотності оборотних коштів має важливе значення для підприємства ще й 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.

Суму вивільнених в результаті прискорення оборотності оборотних засобів ($\Delta S_{\text{ноз}}$) можна обчислити за формулою:

$$\Delta S_{\text{ноз}} = \frac{PP_{\text{зв}}}{360} \times (T_{\text{об.баз}} - T_{\text{об.зв}}), \text{ грн.},$$

де $PP_{\text{зв}}$ – обсяг реалізації продукції у звітному році, грн.;

$T_{\text{об.баз}}$, $T_{\text{об.зв}}$ – середня тривалість одного обороту оборотних коштів у базовому та звітному роках, днів.

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

Сума приросту прибутку (збитків) ($\Delta\Pi$), одержана за рахунок зміни оборотності оборотних коштів може бути розрахована за формулою:

$$\Delta\Pi = P_{\text{реал.баз}} \times \frac{PP_{\text{зв}}}{PP_{\text{баз}}} \times \frac{S_{\text{баз}}}{S_{\text{зв}}} - P_{\text{реал.баз}}, \text{ грн.},$$

де $P_{\text{реал.баз}}$ – прибуток від реалізації продукції у базовому році, грн.;

$S_{\text{баз}}$, $S_{\text{зв}}$ – середньорічні залишки нормованих оборотних коштів у базовому і звітному роках, грн.;

$PP_{\text{баз}}$ – обсяг реалізації продукції у базовому році, грн.

Вплив використання оборотних коштів на рівень **рентабельності** можна знайти із залежності:

$$\Delta P = \frac{P_{\text{бал.зв}} \times 100}{S_{\text{ср.зв}} + S_{\text{зв}} - \Delta S_{\text{ноз}}} - P_{\text{зв}}, \%$$

де ΔP – зміна рівня загальної рентабельності за рахунок зміни середніх залишків нормованих оборотних коштів, %;

$P_{\text{бал.зв}}$ – балансовий прибуток у звітному році, грн.;

$S_{\text{ср.зв}}$ – середньорічна вартість основних виробничих фондів у звітному році, грн.;

$P_{\text{зв}}$ – загальна рентабельність виробництва у звітному році.

13. 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;
- 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, *наприклад*, використання кооперованих зв'язків, спеціалізації підрозділів та ін.;

3) на стадії обігу:

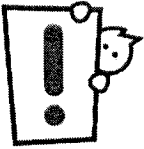
- раціональна організація збуту продукції через своєчасність підготовки продукції до відвантаження, формування партій продукції, використання транзитної форми перевезень тощо;
- прискорення документообігу;
- удосконалення системи розрахунків за реалізовану продукцію, дотримання договірної платіжної дисципліни;
- збільшення обсягу реалізації продукції за рахунок виконання замовлень по прямих зв'язках;
- використання маркетингових важелів активізації продажу, *наприклад*, реклами, стимулювання збуту, паблік релейшнз та ін.

У конкретних умовах кожне підприємство самостійно обирає найбільш прийнятні шляхи прискорення оборотності оборотних коштів, що дає змогу зекономити певні суми і збільшити обсяги виробництва і реалізації продукції без залучення підприємством додаткових фінансових ресурсів.

*Весь секрет бізнесу у тому, щоб знати щось таке, чого не знає більше ніхто.
Аристотель Онасис*

14. Поняття і види нематеріальних ресурсів підприємства, їх характеристика

Успіх підприємства на ринку все частіше залежить не лише (або навіть не настільки) від матеріально - речових складових капіталу та його трудового потенціалу, а від використання оригінальних наукових знань, реалізованих у відповідні продукцію і технології. Наукові знання, навички є конкретним товаром, яким можна володіти, розпоряджатися, продавати, тобто певною інтелектуальною власністю.

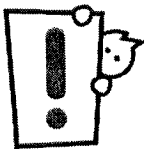


Інтелектуальна власність в найширшому розумінні означає закріплені законом права на результати інтелектуальної діяльності у промисловій, науковій, художній, виробничій та інших галузях.

Питання формування та використання інтелектуальної власності регулюються законодавством України, зокрема, Конституцією України, Цивільним кодексом України, Кримінальним кодексом України, Митним кодексом України, законами України «Про авторське право і суміжні права», «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі», «Про охорону прав на промислові зразки», «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» та ін.

Об'єкти інтелектуальної власності для підприємства фактично ототожнюються з поняттям його нематеріальних ресурсів.

Нематеріальні ресурси підприємства – це складова частина його потенціалу, яка забезпечує економічну користь протягом тривалого часу і має ту особливість, що в них відсутня матеріальна основа здобування доходів і не визначені майбутні їх розміри



Нематеріальні ресурси виникають завдяки новим унікальним знанням або рідкісності ресурсів. Використання цих знань і ресурсів або робить їх власників єдиним виробником певної продукції, або забезпечує зменшення витрат у порівнянні з іншими виробниками.

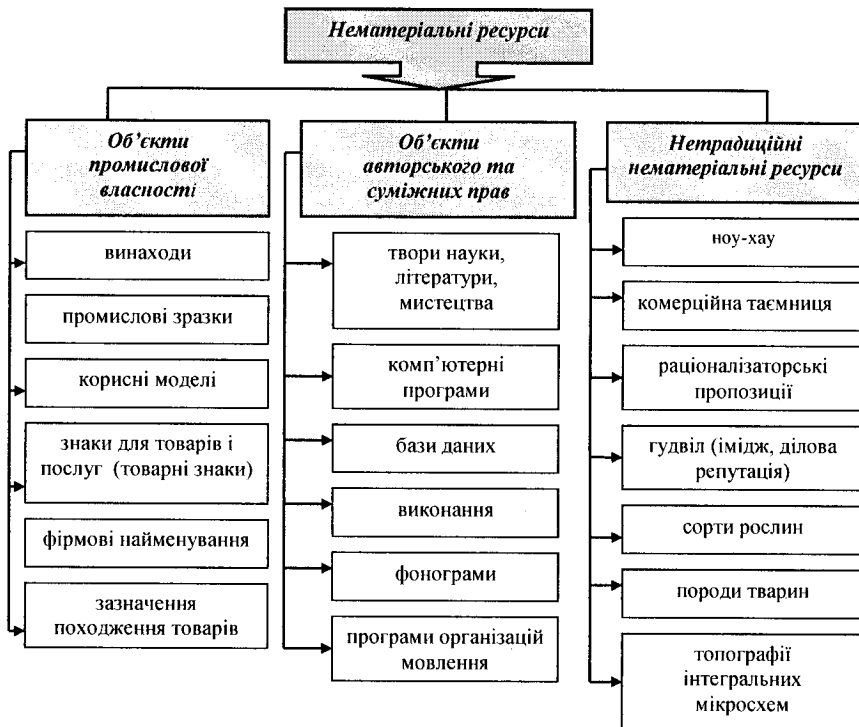
Специфічними рисами нематеріальних ресурсів є:

- відсутність матеріальної основи для отримання вигод;
- умовна невіддільність від суб'єкта господарювання;
- використання протягом тривалого часу, не втрачаючи при цьому споживної вартості та приносячи підприємству додатковий дохід;
- відсутність корисних відходів;
- невизначеність усього спектру можливих ефектів від використання;

- підвищений рівень ризику на стадії створення та використання.

Об'єкти інтелектуальної власності (нематеріальні ресурси) у вітчизняному законодавстві поділяються на:

- 1) об'єкти промислової власності;
- 2) об'єкти авторського та суміжних прав;
- 3) нетрадиційні об'єкти інтелектуальної власності.



Об'єкти промислової власності мають місце не лише в промисловості або торгівлі, але й у виробництві усіх продуктів промислового чи природного походження, *наприклад*, сільському господарстві, добувній промисловості та ін.

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*. Останні є відповідним чином обробленою і систематизованою інформацією, представленою у придатному для використання або продажу вигляді.

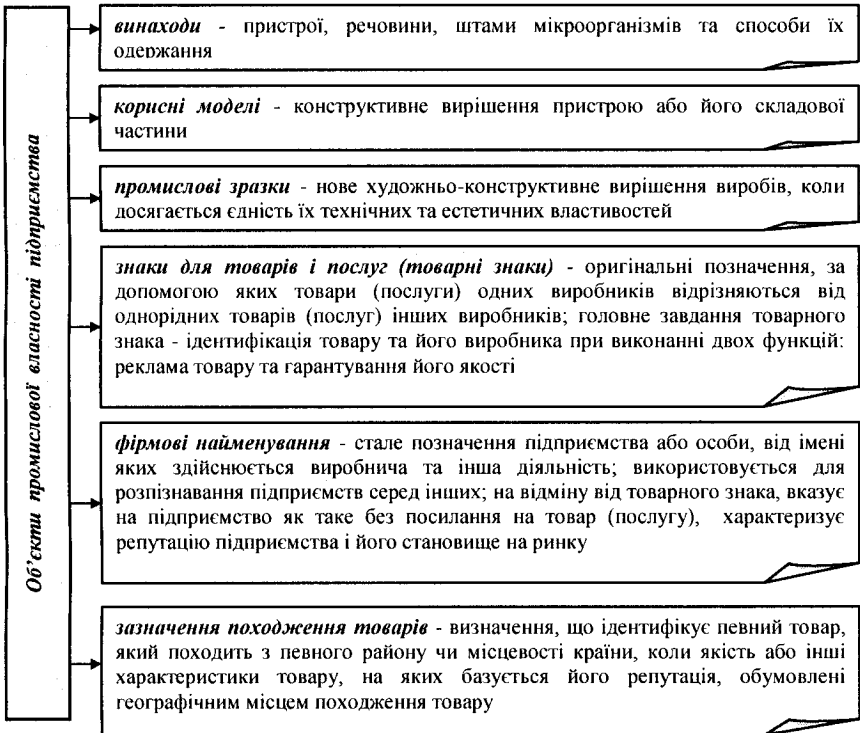
Інформаційний продукт є однією із складових *інформаційної технології*, яка об'єднує апаратне забезпечення, програмне забезпечення, телекомунікації,

системи управління базами даних та інші технологічні засоби зберігання, обробки та передачі інформації.

Авторське право не поширюється на офіційні документи, державні символи та знаки, твори народної творчості, об'єкти промислової власності.

Суміжні права – це права, які примикають до авторського права і є похідними від нього.

До об'єктів, які охороняються суміжними правами, належать:

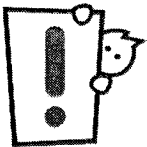


- ❖ виконання літературних, драматичних, музичних, музично-драматичних, хореографічних, фольклорних та інших творів;
- ❖ фонограми, відеограми;
- ❖ передачі (програми) організацій мовлення.

Нетрадиційні об'єкти інтелектуальної власності – це результати творчої діяльності людини, які не належать до перших двох складових нематеріальних ресурсів підприємства, і включають:

- 1) **ноу-хау** – це знання чи досвід організаційного, виробничого, технічного, економічного характеру, які можуть бути практично використані і принести

- власникові певні переваги, *наприклад*, поради, посібники, рецептура, формули та ін.;
- 2) *комерційна тасмніця* – це відомості, безпосередньо пов'язані з діяльністю підприємства, розголошення яких може завдати шкоди його інтересам, *наприклад*, виробничо-господарська, науково-технічна та інша інформація;
 - 3) *раціоналізаторські пропозиції* – це технічні рішення, які є новими і корисними для того підприємства, для якого вони подані; такі пропозиції мають «місцеву» новизну, тобто можуть вже використовуватись деінде, *наприклад*, нові способи контролю якості продукції, проведення спостереження, вдосконалення техніки, пристроїв тощо;
 - 4) *судвіл* – це сформований імідж (ділова репутація) підприємства, складовими якого є досвід, ділові зв'язки, престиж товарних знаків, стала клієнтура, доброзичливість та прихильність споживачів, домінуючої позиції на ринку товарів тощо;
 - 5) *топографії інтегральних мікросхем* – зафіксоване на матеріальному носії просторово-геометричне розміщення елементів інтегральної мікросхеми та з'єднань між ними;
 - 6) *сорти рослин і породи тварин* (селекційні досягнення); є нематеріальними ресурсами, якщо вони є новими та відповідають умовам відмінності, однорідності і стабільності.



Нематеріальні ресурси можуть приносити користь та економічну вигоду лише у випадку їх залучення в господарський оборот підприємства, тобто їх комерціалізації. Поза цим оборотом вони позбавлені своєї вартості і не приносять власникові вигоди.

З розвитком ринкових відносин значення та частка нематеріальних ресурсів у майні підприємств зростає внаслідок масштабних технологічних змін у різних галузях виробництва, швидкого розповсюдження інформаційних технологій, посилення конкуренції.

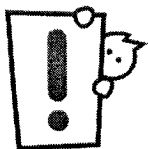
15. Нематеріальні активи підприємства, їх оцінка та зношування

Нематеріальні ресурси є такими благами, якими можуть користуватися, крім власника, інші суб'єкти господарювання. Тому виникає небезпека імітації, підробки, копіювання та використання результатів інтелектуальної діяльності безкоштовно. Виникає потреба захисту прав власності автора на нематеріальні ресурси.

Нематеріальні активи – це права власності і захист доступу до нематеріальних ресурсів підприємства, їх використання в господарській діяльності з метою одержання доходу

До складу нематеріальних активів включаються:

- права, які з'являються внаслідок володіння підприємством *патентами* на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, *свідоцтвами* на знаки для товарів і послуг, фірмове найменування, зазначення походження товарів;
- права, які виникають внаслідок володіння підприємством об'єктами авторського права та суміжних прав;
- права на використання на підприємстві нетрадиційних об'єктів інтелектуальної власності;
- права на користування земельними ділянками і природними ресурсами;
- монополні права на використання рідкісних ресурсів;
- права, які з'являються внаслідок укладання з іншими суб'єктами ліцензійних угод на використання об'єктів інтелектуальної власності.



Юридичний захист об'єктів інтелектуальної власності простий: забороняється використовувати нематеріальні активи без дозволу їх власника, а також підробляти їх.

Права власності на винаходи, корисні моделі та промислові зразки засвідчуються патентами.

Патент - це виданий державним органом охоронний документ, який підтверджує виключне право його власника на використання зазначеного в патенті об'єкта промислової власності

Власник патенту таким чином «закріплює» за собою монополне право на промислове використання зазначеного нематеріального ресурсу. У разі порушення такого права, власник патенту може примусово в судовому порядку стягнути компенсацію завданих йому збитків. Виключне право, яке впливає з патенту, існує лише на території тієї країни, яка видала патент.

Правова охорона знаків для товарів і послуг, зазначення походження товару здійснюються на підставі їх державної реєстрації. На зареєстровані нематеріальні ресурси видається *свідоцтво*, що засвідчує його пріоритет. Власник такого свідоцтва має право поряд зі знаком проставляти *попереджувальне маркування*, яке вказує на те, що цей знак зареєстрований в Україні: ® (Registered Trademark) або ТМ (скорочено від Trademark).

Передача права власності на використання нематеріальних ресурсів іншим суб'єктам здійснюється за допомогою ліцензійної угоди.

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.

Ліцензійна угода пов'язана з певними ризиками, оскільки в момент продажу ліцензії не можна гарантувати майбутню реакцію ринку на новий товар.

Видами розрахунків за ліцензії, які найбільше використовуються на практиці, є:

1. **Роялті** – періодичні відрахування протягом дії ліцензійної угоди; вони встановлюються у вигляді ставок до обсягів продажу, собівартості виробництва, в розрахунку на одиницю ліцензійної продукції. Роялті використовується у 90% ліцензійних угод. Така форма оплати дає змогу ліцензіару отримати повністю частку прибутку, що належить йому від експлуатації ліцензії, починаючи з моменту випуску продукції.
2. **Паушальна виплата** – фактична ціна ліцензії, одноразова винагорода за право користування об'єктом ліцензійної угоди; її величина не залежить від майбутніх обсягів виробництва та збуту ліцензійної продукції.
3. **Комбіновані платежі** – поєднання паушальних платежів і роялті; спочатку використовують одноразовий первісний платіж, який дає змогу ліцензіару компенсувати витрати на науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи, а потім ліцензіат з моменту виходу готової продукції починає виплачувати роялті.

В рахунок оплати за ліцензію ліцензіару може бути передана частина цінних паперів (акцій) ліцензіата, а також може використовуватися такий вид розрахунків, як взаємний обмін ліцензіями, досвідом, знаннями. Ціна ліцензії в ліцензійній угоді повинна відображати погодження і домовленість обох сторін.

Нематеріальні активи є неуречевленою частиною майна підприємства, тому їх **оцінювання має свою специфіку і певну складність** внаслідок:

- ❖ різноманітності та оригінальності (за законом) об'єктів інтелектуальної власності;
- ❖ різних способів появи та практичного використання нематеріальних активів на підприємстві;
- ❖ імовірного характеру отриманих результатів оцінювання.

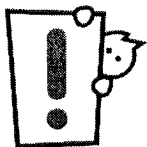
Нематеріальні активи можуть бути оцінені в грошовій формі з використанням таких видів оцінок:

- 1) *за фактичною собівартістю* (на основі первісної вартості під час їх придбання);
- 2) *за поточною відновною вартістю* (на основі наявних цін та з врахуванням ринкової ситуації в процесі заміни відповідного об'єкта такої ж корисності);
- 3) *за поточною ринковою вартістю* (на основі ціни продажу активу на ринку);
- 4) *за чистою вартістю реалізації* (суми коштів, що може бути отримана під час конверсії нематеріального активу в національну чи іноземну валюту в ході господарської діяльності, за вирахуванням витрат на проведення операції).

Згідно з Міжнародними стандартами оцінки майна (МСО) в сучасній господарській практиці використовуються *три основних підходи* до визначення вартості нематеріальних активів:

1. *Витратний* – полягає у розрахунку витрат на відтворення нематеріальних активів; має різновиди: метод початкових витрат, метод вартості заміщення, метод відновної вартості.
2. *Прибутковий* – виходить з припущення, що економічна цінність конкретного нематеріального активу на поточний момент обумовлюється розміром майбутніх очікуваних доходів від цього активу; різновиди: метод капіталізації прибутків, метод дисконтування майбутніх грошових потоків.
3. *Ринковий* – реалізується в основному, за допомогою методу порівняння об'єкта інтелектуальної власності із вартістю аналогічних об'єктів, реалізованих на ринку.

Згідно з чинною вітчизняною нормативно-правовою базою придбані або створені нематеріальні активи зараховуються на баланс підприємства за *первісною вартістю*. Вона складається з ціни придбання, мита, непрямих податків, які не підлягають відшкодуванню, та інших витрат, безпосередньо пов'язаних з його придбанням та доведенням до придатного для використання стану.



Нематеріальні активи підприємства підлягають амортизації. Нарухування амортизації здійснюється протягом терміну їх корисного використання, який встановлюється підприємством самостійно на основі правостановлюючих документів (договору на використання майнових прав, ліцензійної угоди тощо).

Нематеріальні активи з невизначеним строком корисного використання *амортизації не підлягають*.

Згідно з *Податковим кодексом України (ст.145.1.1)* амортизація нематеріальних активів нараховується одним із методів, використовуваних при амортизації основних фондів. Цим же кодексом визначені групи нематеріальних активів і строки дії права користування ними відповідно до правостановлюючих документів.

Строки нарахування амортизації нематеріальних активів

<i>Групи</i>	<i>Строки дії права користування</i>
<i>група 1 – права користування природними ресурсами (право користування надрами, іншими ресурсами природного середовища, геологічною та іншою інформацією про природне середовище)</i>	<i>відповідно до правостановлюючого документа</i>
<i>група 2 – права користування майном (земельною ділянкою, крім права постійного користування земельною ділянкою, відповідно до закону, будівлею, право на оренду приміщень тощо)</i>	<i>відповідно до правостановлюючого документа</i>

<i>Групи</i>	<i>Строки дії права користування</i>
<i>група 3</i> – права на комерційні позначення (торгові марки, фірмові найменування тощо), крім тих, витрати на придбання яких визнаються роєлті	відповідно до правостановлюючого документа
<i>група 4</i> – права на об'єкти промислової власності (на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, сорти рослин, породи тварин, топографії інтегральних мікросхем, комерційні таємниці, ноу-хау тощо), крім тих, витрати на придбання яких визнаються роєлті	відповідно до правостановлюючого документа, але не менше 5 років
<i>група 5</i> – авторське право та суміжні з ним права (право на літературні, художні, музичні твори, комп'ютерні програми, програми для ЕОМ, бази даних, фонограми, відеограми, програми організації мовлення тощо), крім тих, витрати на придбання яких визнаються роєлті	відповідно до правостановлюючого документа, але не менше 2 років
<i>група 6</i> – інші нематеріальні активи (право на ведення діяльності, використання економічних та інших привілеїв тощо)	відповідно до правостановлюючого документа

При виборі методу амортизації нематеріальних активів беруться до уваги умови отримання майбутніх економічних вигод. Якщо такі умови визначити неможливо, то амортизація нараховується із застосуванням прямолінійного методу.



Питання для самоконтролю

1. У чому відмінність між акціонерним та пайовим капіталами підприємства?
2. Як впливає на ефективність виробництва збільшення пасивної частини основних фондів підприємства? Поясніть.
3. Поясніть вплив різних чинників на видову структуру основних фондів підприємства.
4. Які складові формують первісну вартість основних фондів?
5. Чи може первісна вартість основних фондів дорівнювати відновній? Поясніть.
6. Що таке індексация основних фондів? Для чого вона використовується?
7. Охарактеризуйте сферу застосування справедливої вартості основних фондів як виду їх вартісної оцінки.
8. Чи можна за допомогою модернізації усунути моральне зношення основних фондів I роду? Обґрунтуйте.
9. Чому не підлягають амортизації основні фонди, які знаходяться на консервації?
10. Які методи належать до методів прискореної амортизації основних фондів та в чому їх особливість?
11. Що таке «стійкі пасиви» і як вони використовуються в господарській діяльності підприємств?

12. Чи можуть на виробничому підприємстві оборотні кошти «оминути» матеріально-речову стадію кругообороту? Відповідь обґрунтуйте.
13. Охарактеризуйте основні риси нематеріальних ресурсів підприємства.
14. У чому відмінність між нематеріальними ресурсами і нематеріальними активами підприємства? Поясніть.
15. Що таке попереджувальне маркування? Коли воно використовується?



Література

1. Архієреєв С.І. Визначення економічної сутності оборотних коштів та джерела їх формування. / С.І. Архієреєв, Л.А. Жмійка // Вісник НТУ «ХП». – 2013. – № 21 (994). – С.171-178.
2. Бобко. Н.А. Резерви зниження матеріальних витрат промислового підприємства / Н.А. Бобко, Р.О. Кругько. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_4_038.pdf
3. Бойчик І.М. Економіка підприємства: навч. посіб. Вид. 2-ге, доп. і перер./ І.М. Бойчик. – К.: Атіка, 2006. – 528 с.
4. Гетьман О.О. Економіка підприємства: навч. посіб. – 2-ге вид. / О.О. Гетьман, В.М.Шаповал. – К.: ЦУЛ, 2006. – 448 с.
5. Головка О.Г. Формування оптимальної структури капіталу підприємства. / О.Г. Головка, К.О.Шляпкіна // Вісник НТУ «ХП». – 2012. – № 49 (1022). – С.22-26.
6. Городня Т.А. Сучасна стратегія управління капіталом підприємства / Т.А. Городня, О.Р. Шефаник. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuu.gov.ua/portal/Che_2.pdf
7. Данілова Л. Власний капітал підприємства і проблеми його формування. / Л. Данілова, О.Мельник // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Серія «Економіка». – 2012. – Вип. 138. – С.26-27.
8. Дідченко О.І. Фінансове забезпечення відтворення основних засобів. / О.І. Дідченко, Т.С. Анатольєва. – 2013. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_4_021.pdf
9. Дробишева О.О. Роль оборотних засобів у виробничому процесі підприємства. / О.О. Дробишева, І.М. Похильченко. – 2013. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_6_136.pdf
10. Економічний аналіз: навч. посіб. / М.А. Болуох, В.З. Бурчевський, М.І. Горбаток та ін.; за ред. акад. НАНУ, проф. М.Г. Чумаченка. – Вид. 2-ге, перер. і доп. – К.: КНЕУ – 2003. – 556 с.
11. Економіка підприємства: підруч. / За ред. С.Ф.Покропівного. – К.: КНЕУ, 2006. – 528 с.
12. Євтушенко О.А. Теоретичні аспекти фінансового забезпечення відтворення основних засобів. / О.А. Євтушенко // Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». – 2011. – № 2, Т. 2. – С.39-42.
13. Касян С.Я. Управління ресурсами промислового підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / С.Я. Касян; Нац. техн. ун-т України «Київ. політехн. ін-т». – К., 2011. – 20 с.
14. Ларка М.І. Резерви підвищення ефективності використання основних засобів підприємства. / М.І. Ларка, Д.О. Горжій // Вісник НТУ «ХП». – 2013. – № 22 (995). – С. 38-43.
15. Масюк Ю.А. Особливості формування та використання капіталу підприємств. / Ю.А. Масюк, І.В. Олександренко. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/En_oif/2007_4_2/zbirnuk_O_FN4has_2_6.pdf

16. Масюк Ю.В. Особливості оптимізації управління капіталом в умовах кризи / Ю.В. Масюк, Л.І. Бровко // Науковий вісник Ужгородського університету: Серія Економіка. – 2011. – № 33. – С. 181-185.
17. Мацибора В.І. Економіка підприємства: навч. посіб. для вузів / В.І. Мацибора, В.К. Збарський, Т.В. Мацибора. – К.: Каравела, 2008. – 312 с.
18. Мельник О.В. Формування нематеріальних активів та їх вплив на ринкову вартість промислових підприємств. / О.В. Мельник // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – № 3. – С.236-250.
19. Перебийніс В.І. Логістичні стратегії матеріально-технічного постачання підприємств / В.І. Перебийніс, В.М. Собчишин // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Економічні науки. – Полтава: ПДАА. – 2011. – Вип. 3. – Т. 2. – С.345-353.
20. Півняк Ю.В. Дослідження основних концепцій та функцій амортизації. / Ю.В.Півняк // Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції. – 2013 – № 2. – С.133-138.
21. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. (ред. станом на 13.08.2015 р.). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
22. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби»: Наказ Міністерства фінансів України від 27 квітня 2000 року № 92 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
23. Пошенова К.С. Управління розвитком нематеріальних активів підприємства. / К.С. Пошенова, В.О. Матросова. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.kpi.kharkov.ua/archive/.../8Poshen.pdf
24. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16 липня 1999 року № 996-XIV. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
25. Сивец С.С. Переоценка основных средств на предприятиях Украины: возможности, перспективы, проблемы / С.С. Сивец, Л.А. Баширова // Облік і аудит: Збірник статей. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.binfo.zp.ua/articles.shtml>.
26. Стельмашук Ю.А. Сутнісний аналіз капіталу в контексті управління ефективністю його використання та відтворення / Ю.А. Стельмашук. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/Soc...2/79.pdf
27. Федорова В.А. Економіка підприємства та міжнародних компаній: навч. посіб. для вузів / В.А. Федорова, О.А. Соловійова. – К.: ЦУЛ, 2008. – 416 с
28. Фінансовий менеджмент: підруч. / Кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А.М.Поддєрьогін. – К.: КНЕУ, 2008. – 536 с.
29. Чорна О.М. Економічний зміст та проблематика управління капіталом підприємства реального сектору економіки в Україні. / О.М. Чорна, О.О. Мацисва // Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції. – 2013. – № 2. – С.48-56.
30. Череп А.В. Ефективність використання основних фондів підприємства. / А.В.Череп, А.А. Клименко. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://Sosvita.at.ua/_ld/0/32_____.pdf
31. Шпак Н.З. Система управління капіталом підприємства / Н.З. Шпак, О.М. Рудницька // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – № 10. – С.257-261.

ТЕМА 10. ІНВЕСТИЦІЇ

Питання для теоретичної підготовки

1. Інвестиції: поняття, види і роль у відтворенні виробничого потенціалу підприємства.
2. Виробничі інвестиції, їх склад і структура.
3. Планування виробничих інвестицій.
4. Оцінка економічної ефективності виробничих інвестицій.
5. Фінансові інвестиції. Види цінних паперів, їх характеристика.
6. Чинники впливу на ефективність інвестицій.

**Ключові
терміни і
поняття**

інвестиції, види інвестицій, реальні (виробничі) інвестиції, структура виробничих інвестицій, ефект, ефективність, абсолютна ефективність інвестицій, відносна ефективність інвестицій, приведені витрати, термін окупності інвестицій, грошовий потік, дисконтування, чиста дисконтована вартість, внутрішня норма рентабельності інвестицій, індекс доходності інвестицій, фінансові інвестиції, цінні папери

Інвестори, не пхайте свого носа у наші справи, пхайте гроші!
Анатолій Рас

1. Інвестиції: поняття, види і роль у відтворенні виробничого потенціалу підприємства

Одним із ключових елементів формування виробничої бази підприємства є інвестиції. Вони визначають наявні та приховані можливості підприємства щодо випуску продукції в певному обсязі, здійснення простого та розширеного відтворення.

Формування, використання і поповнення інвестиційних ресурсів регулюється чинним законодавством України, зокрема *Законом України «Про інвестиційну діяльність» (1991)*. Цим законом визначене поняття інвестицій.

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

До зазначених цінностей можуть належати:

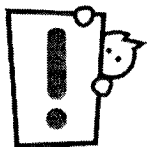
- ❖ кошти, цільові банківські вклади, паї, акції та інші цінні папери;
- ❖ рухоме та нерухоме майно (будинки, споруди, устаткування, інші матеріальні цінності);
- ❖ майнові права інтелектуальної власності;
- ❖ сукупність технічних, технологічних, комерційних та інших знань, оформлених у вигляді технічної документації, навиків та виробничого

досвіду, необхідних для організації того чи іншого виду виробництва, але не запатентованих («ноу-хау»);

- ❖ права користування землею, водою, ресурсами, будинками, спорудами, обладнанням, а також інші майнові права;
- ❖ інші цінності.

Інвестиції поділяються на різні *види* залежно від ознак класифікації.





Можна виділити найважливіші позитивні ефекти від залучення інвестицій - економічні, соціальні, екологічні. Ці ефекти сприяють відтворенню та розвитку виробничого потенціалу підприємства.

Економічними ефектами від залучення інвестицій є:

- отримання підприємством певного прибутку, а останній створює підґрунтя для його розвитку; для цього прибуток повинен скеровуватись на реінвестування, а не «проїдатись» у поточній діяльності підприємства;
- забезпечення простого і розширеного відтворення основних фондів підприємства; тут ключова роль належить амортизаційним відрахуванням як джерелу оновлення його виробничих фондів;
- збільшення обсягів виробництва продукції, необхідної для задоволення ринкового попиту;
- сприяння модернізації виробництва, впровадження прогресивних технологій, що є запорукою поліпшення якості продукції, підвищення продуктивності праці;
- загострення ринкової конкуренції, яка також дозволяє підвищувати якість продукції та оптимізувати ціни на неї.

Якщо інвестиції спрямовуються у ресурсозберігаючі технології, переробку виробничих відходів, очищення атмосфери та води, то йдеться про *екологічний ефект* від залучення інвестицій. Такі інвестиції приносять поліпшення екологічної ситуації в країні та запобігання забруднення довкілля.

Соціальний ефект від залучення інвестицій проявляється у:

- створенні додаткових робочих місць та скороченні безробіття;
- зростанні рівня доходів населення та платоспроможного ринкового попиту;
- збереженні кадрового потенціалу підприємств;
- збільшенні соціальних виплат як наслідок зростання доходів бюджетів усіх рівнів.

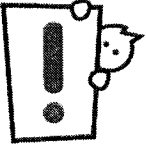
Своїй, нехай маленькій, справі я віддаю перевагу перед усіма біржами на світі.

Теодор Драйзер

2. Виробничі інвестиції, їх склад і структура

Для виробничих підприємств серед об'єктів інвестування важливішими є реальні вкладення капіталу в основні фонди, нематеріальні активи з метою зміцнення матеріально-технічної бази підприємства, підвищення ефективності його функціонування. Такі інвестиції так і називаються *виробничим* або *реальними*.

Виробничі інвестиції – це кошти, які спрямовуються на розширене відтворення основних виробничих та невиробничих фондів підприємства



Виробничі інвестиції фактично є капітальними вкладеннями, які складаються із витрат на реконструкцію, технічне переоснащення діючих та спорудження нових підрозділів і підприємств, заміну основних фондів, які вибули з експлуатації, створення об'єктів соціальної інфраструктури підприємства.

Розрізняють *валові* та *чисті* виробничі інвестиції. *Перші* з них відображають загальну суму витрат капіталу на просте і розширене відтворення основних фондів та об'єктів соціальної інфраструктури підприємства. *Другі* – суму витрат лише на розширене відтворення основних фондів і визначаються як різниця між валовими інвестиціями та сумою амортизаційних відрахувань.

Виробничі інвестиції складаються із:

- *витрат на будівельно-монтажні роботи* (підготовка території під забудову, саме зведення будівель і споруд, монтаж обладнання);
- *витрат на технологічне, енергетичне і підйомно-транспортне обладнання*, а також інструментів та інвентарю, які включаються до складу основних фондів;
- *витрат на проектно-пошукові роботи, придбання земельних ділянок*, а також технічний нагляд, підготовку кадрів, придбання ліцензій і патентів, інших витрат на підготовку до будівництва та експлуатації об'єкта.

Залежно від напрямів використання виробничих інвестицій та класифікаційних ознак, розрізняють різні види їх *структури*.

галузева – характеризує розподіл інвестицій за галузями і видами виробництва, її вдосконалення повинно йти по шляху збільшення абсолютних та відносних розмірів інвестування у розвиток пріоритетних, прогресивних галузей, від яких залежать темпи науково-технічного прогресу, використання економічного потенціалу держави, регіону тощо

територіальна – співвідношення їх розподілу за регіонами країни, областями; вдосконалення повинно йти по шляху усунення регіональних диспропорцій у залученні інвестиційних ресурсів

технологічна – співвідношення між інвестиціями на будівельно-монтажні роботи, придбання обладнання та іншими витратами; вдосконалення має йти у напрямку збільшення частки витрат на елементи активної частини основних фондів

відтворювальна – співвідношення між довгостроковими витратами на нове будівництво, розширення, реконструкцію і технічне переоснащення підприємств, тобто формами відтворення їх основних фондів; тенденція зміни цієї структури полягає у збільшення частки витрат на технічне переоснащення та реконструкцію діючих підприємств

структура за формами власності – співвідношення між приватними, державними, іноземними та іншими видами інвестицій; бажаним було б збільшення частки приватного вітчизняного та іноземного капіталу в загальній структурі інвестування

Конкретні напрями реального інвестування визначаються державними та регіональними програмами і проектами економічного розвитку, інвестиційною стратегією конкретного підприємства та ін.

3. Планування виробничих інвестицій

Освоєння нових ринків, розширення виробництва та економічний розвиток підприємства вимагають чітко налагодженої роботи щодо планування його *інвестиційної діяльності*. Під нею розуміють сукупність практичних дій самого підприємства, держави, інших фізичних та юридичних осіб щодо реалізації інвестицій.

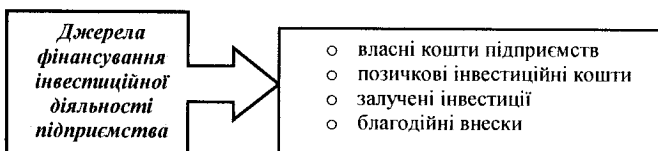
Планування виробничих інвестицій підприємства включає такі етапи:

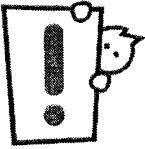
- а) обчислення необхідного обсягу виробничих інвестицій на певний період;
- б) визначення джерел фінансування.

Визначення необхідного обсягу інвестування залежить від загальної економічної ситуації, яка склалась на ринку. Вона може бути такою:

1. *Ринковий попит на продукцію підприємства задовольняється повністю* і немає потреби нарощувати обсяги виробництва на даному підприємстві. В такому випадку доречним є лише просте відтворення основних фондів за рахунок амортизаційних відрахувань. Необхідні обсяги інвестицій визначаються на основі даних про потребу в новому устаткуванні, про ціни на нього з урахуванням витрат на монтаж.
2. *Ринковий попит на продукцію підприємства є зростаючим*. Тому має зміст нарощування обсягів виробництва продукції на підприємстві з метою збільшення приросту прибутку. В такому разі доцільним є розширене відтворення основних фондів і нарощування виробничої потужності підприємства шляхом реконструкції, технічного переоснащення та розширення виробництва за попередньо розробленим проектом. Обсяг необхідних інвестицій визначається методом прямих розрахунків за даними розроблених кошторисів на технічне переоснащення, реконструкцію тощо.
3. *Ринковий попит на пропоновану підприємством продукцію різко зменшився*, вона втратила конкурентоспроможність. Підприємство змушене модернізувати виробництво або організувати виробництво нової продукції. Необхідною є докорінна перебудова техніко-технологічної бази виробництва. Розрахунок обсягу інвестицій проводиться аналогічно, як у попередній ситуації, але з урахуванням значних витрат на маркетингові дослідження, можливу диверсифікацію виробництва та ін.

Джерела інвестиційної діяльності підприємства, як зазначалось вище, можуть бути внутрішніми і зовнішніми, а конкретними з них є:





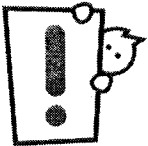
Власні кошти підприємств є основним джерелом інвестування, які виступають у вигляді залучення частини нерозподіленого прибутку, амортизаційних відрахувань, реінвестованих доходів від продажу частини основних фондів, імобілізація частини оборотних коштів та ін.

Найважливішим джерелом інвестиційних коштів підприємств є *прибуток*. Для забезпечення росту прибутковості діяльності підприємства необхідно впроваджувати організаційні, технічні і технологічні інновації, які дозволяють знижувати собівартість продукції за рахунок оптимізації витрат на постачальницько-збутові операції, матеріально-технічні ресурси, заробітну плату та інших виробничих і невиробничих витрат;

До власних інвестиційних коштів підприємств відносяться *амортизаційні відрахування*, тобто частина виручки від реалізації продукції, яка відноситься до собівартості, не оподатковується податком на прибуток і використовується для реновації основних фондів. Реновація є процесом відтворення вартості основних фондів шляхом їх оновлення за рахунок і в межах амортизаційного фонду підприємства.

Іншим джерелом інвестування можуть бути кошти підприємства, одержувані ним в результаті *реалізації основних фондів*, які не використовуються або неефективно використовують у виробничо-господарській діяльності. Такі питання вимагають індивідуального підходу до їх вирішення у кожному конкретному випадку. Проте найчастіше підприємства реалізують основні фонди непрофільних виробництв (допоміжного, обслуговуючого), морально застарілі основні фонди, незадіяні будівлі, споруди тощо.

Ще одним джерелом фінансування інвестиційної діяльності підприємств є *імобілізація частини оборотних коштів*. Це дуже простий шлях залучення власних ресурсів в інвестиційну діяльність. Однак слід дуже обережно вилучати кошти з обігу і використовувати їх не за прямим призначенням, щоб не нашкодити дієздатності підприємства через нестачу обігових коштів. Імобілізувати в інвестиції можна лише частину оборотних коштів, які вивільнились в результаті прискорення їх оборотності. Коли в структурі оборотних коштів підприємства значною є частка позичкових ресурсів, то дане джерело інвестування не є доцільним.



Позичкові інвестиційні кошти можуть бути представлені у формі довгострокових кредитів банків, емісії облигацій підприємства, цільових державних кредитів на певні види інвестування.

В умовах ринку одним із найефективніших інструментів впливу на інвестиційну діяльність підприємств є *кредитних механізм*. Зростання ролі банківських кредитів в інвестиційній діяльності спричинене високим рівнем

інвестиційного попиту та неможливістю підприємств самостійно фінансувати свої інвестиційні потреби. Тому банківські установи постійно перебувають у стадії пошуку нових форм довгострокового кредитування, а підвищенню ролі банківського кредиту у фінансовому забезпеченні інвестиційних проєктів повинна сприяти відповідна державна підтримка.

Цільові державні кредити надаються під конкретні інвестиційні проєкти, що мають стратегічне значення для держави, окремого регіону. Держава забезпечує часткове відшкодування відсоткових ставок за такими кредитами. Цільові державні кредити надаються під державні гарантії.

Емісія облігацій підприємства як джерело інвестування використовується досить рідко.



Залученими інвестиціями є кошти Державного бюджету, тобто централізовані капіталовкладення, внески іноземних інвесторів та створення спільних підприємств, внески вітчизняних інвесторів до статутного фонду підприємства, доходи від реалізації цінних паперів підприємства (акцій).

За рахунок коштів *Державного бюджету* фінансуються інвестиційні програми, які реалізуються у пріоритетних видах економічної діяльності. Всі інвестиційні програми підлягають обов'язковій державній експертизі в повному обсязі. Така експертиза є комплексною і результатом має надання висновків щодо відповідності програми діючим нормативам з дотримання санітарно-епідемічного, екологічних, енергозберігаючих, архітектурних та інших норм, норм пожежної безпеки, міцності, надійності та ін.

Іноземні інвестиції можуть вкладатись у будь-які об'єкти, інвестування яких не заборонене законодавством України. Вони можуть здійснюватись у вигляді іноземної валюти, національної валюти України, будь-якого рухомого і нерухомого майна та пов'язаних з ним майнових прав, акцій, облігацій, інших цінних паперів, а також корпоративних прав у статутному фондів юридичної особи, прав на здійснення господарської діяльності, в тому числі права на користування надрами та використання природних ресурсів та ін.

Доходи від реалізації цінних паперів (акцій) підприємства є важливим джерелом інвестування за умови розвитку фондового ринку. Потенціал цього джерела у вітчизняній економіці на сьогоднішній день використовується ще недостатньо.

Благодійні внески і пожертви можуть надаватися благодійниками найчастіше бюджетним установам та організаціям (*наприклад*, закладам освіти, культури, соціального захисту, охорони здоров'я, спорту науки та ін.) у грошовій формі, а також у формі наданих послуг і виконаних робіт, товарів тощо. Такі кошти спрямовуються за напрямками фінансування, визначеними благодійниками, в тому числі на довгострокові інвестиційні потреби.

Забезпечте капіталу 10% прибутку і він згоден на всяке застосування, при 20% він стає жвавішим, при 50% він готовий златати собі голову, при 100% він ігнорує всі людські закони, при 300% немає такого злочину, на який він не ризикнув би піти, навіть під страхом шибениці.

Карл Маркс

4. Оцінка економічної ефективності виробничих інвестицій

В основі обчислення економічної ефективності виробничих інвестицій є два поняття: ефект і ефективність.

Ефект – це корисний результат реалізації інвестиційного проекту

Як зазначено вище, розрізняють різні види ефектів від залучення інвестицій, в тому числі виробничих. Серед них найлегше піддається вартісній оцінці економічний. Його вимірником найчастіше виступають вартісне вираження економії виробничих ресурсів, яка забезпечується за певний період, і прибуток.

Ефективність – це економічна категорія, яка відображає співвідношення між одержаними результатами і витраченими на їх досягнення ресурсами

Методологія визначення економічної ефективності виробничих інвестицій передбачає обчислення їх абсолютної та порівняльної ефективності.

Абсолютна ефективність капітальних вкладень показує загальну величину їх віддачі та обчислюється співставленням величини економічного ефекту з величиною самих затрат.

Абсолютну ефективність інвестицій можна оцінити за допомогою показників:

1. *Коефіцієнт економічної ефективності інвестицій (E_p):*

$$E_p = \frac{\Delta\Pi}{K} \quad \text{або} \quad E_p = \frac{\Pi}{K},$$

де $\Delta\Pi$ – приріст прибутку підприємства у випадку вкладення капіталу у реконструкцію, модернізацію, технічне переоснащення діючих підприємств, грн.;

Π – загальна сума прибутку для новостворюваних об'єктів, грн.;

K – загальна сума інвестицій (кошторисна вартість проекту), грн.

2. *Термін окупності інвестицій (T_p), який є оберненим показником до E_p :*

$$T_p = \frac{1}{E_p}.$$

Розрахунковий коефіцієнт економічної ефективності капіталовкладень E_p порівнюється з *нормативним коефіцієнтом* $E_n=0,15$, який відображає той

мінімальний економічний ефект, який можна отримати, вкладаючи капітал у дану галузь економіки. T_n (нормативний термін окупності інвестицій) в такому разі становить 6,7 року.

Розрахунки *порівняльної ефективності капітальних вкладень* здійснюються тоді, коли треба *вибрати кращий із можливих проектів інвестування*.

Показником порівняльної ефективності капітальних вкладень є *мінімум приведених витрат* ($Z_{прив}$):

$$Z_{прив} = C_i + E_n \times K_i \rightarrow \min,$$

де C_i – собівартість річного випуску продукції по i -му варіанту капіталовкладень, грн.;

K_i – капіталовкладення по i -му варіанту, грн.;

$Z_{прив}$ можуть визначатись і в розрахунку на одиницю продукції.

Той проект вважається найкращим з економічної точки зору, при якому сума приведених витрат є мінімальною.

Розрахунковий строк окупності додаткових капітальних затрат ($T_{ок.p}$) по певному варіанту обчислюється:

$$T_{ок.p} = \frac{K_2 - K_1}{C_1 - C_2}, \text{ років,}$$

де K_1, K_2 – капіталовкладень по першому і другому варіантах, грн.

C_1, C_2 – собівартість річного випуску продукції по першому і другому варіантах, грн.

E_p відповідно є показником, оберненим до $T_{ок.p}$.

Якщо варіантів більше двох, то кращий з них вибирають шляхом парного співставлення значених величин.

При $T_{ок.p} < T_{ок.н}$ або $E_p > E_n$ кращим вважається більш капіталомісткий варіант; якщо $T_{ок.p} > T_{ок.н}$ або $E_p < E_n$ то кращим є менш капіталомісткий варіант.

Якщо перед підприємством стоїть проблема вибору між будівництвом нового об'єкту і реконструкцією діючого, то її можна вирішити також за допомогою розрахункового коефіцієнта економічної ефективності капіталовкладень:

$$E_p = \frac{C_p - (C_d + C_n)}{K_n - K_p}, \text{ 1/рік,}$$

де C_d, C_p, C_n – відповідно собівартість річного обсягу продукції до реконструкції, після реконструкції діючого підприємства і на новому підприємстві, грн.;

K_n, K_p – інвестиції у нове будівництво і реконструкцію, грн.

Якщо $E_p \leq E_n$ то ефективна реконструкція, якщо ж $E_p > E_n$ то ефективним є нове будівництво.

Оскільки процес інвестування є досить тривалим, інвестиційні проекти можуть відрізнятись як за термінами реалізації, так і розподілом коштів за роками здійснення капіталовкладень. В такому разі оцінку ефективності інвестицій здійснюють з врахуванням *фактору часу*, тобто приведення різночасових капітальних вкладень до одного року (найчастіше першого року інвестування). *Наприклад*, інвестиції активно здійснюються у першій половині

загального періоду інвестування, а в другій - вони обмежені. Тому перша частина інвестицій перебувають у стані «заморожування» протягом кількох років, вони не дають ніякої віддачі.

Капітальні витрати, які визначені з врахуванням строку їх «заморожування» і недоотриманою у зв'язку із цим віддачею, називають *приведеними капітальними витратами* ($K_{прив}$).

Приведення інвестицій до певного року здійснюють за допомогою *коефіцієнта приведення капітальних вкладень* (α):

$$\alpha = (1+R)^t$$

де R – норматив приведення різночасових вкладень (ставка дисконту);

t – кількість років, що відділяють затрати і результати даного року від початку розрахункового.

Якщо капітальні вкладення здійснюються *до розрахункового року*, то вони приводяться до нього шляхом множення на α :

$$K_{прив} = \sum_{t=1}^T K_t \times \alpha, \text{ грн.},$$

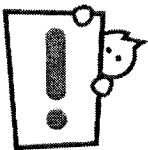
де K_t – капітальні витрати у t -му році їх освоєння, грн.;

T – загальний термін освоєння капіталовкладень, років.

Якщо капіталовкладення здійснюються *після розрахункового року*, то вони приводяться до нього шляхом ділення на α :

$$K_{прив} = \sum_{t=1}^T \frac{K_t}{\alpha}, \text{ грн.}$$

$K_{прив}$ визначають по кожному із можливих варіантів розподілу інвестицій за роками і найкращим вважається той варіант, в якому $K_{прив}$ є мінімальними.

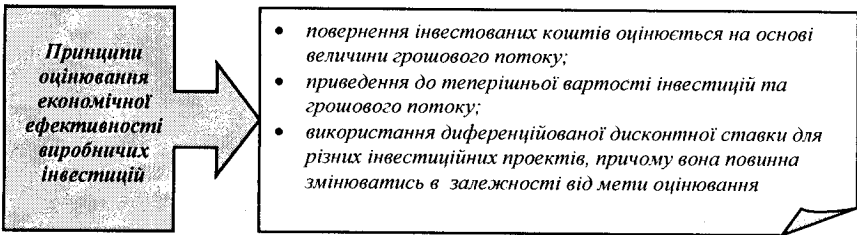


На практиці використання показників абсолютної та порівняльної ефективності інвестицій обмежене внаслідок наявності ряду недоліків, які децю спотворюють реальні витрати і результати реалізації того чи іншого інвестиційного рішення.

Ці недоліки зводяться до того, що:

- при розрахунку показників абсолютної економічної ефективності виробничих інвестицій враховується лише величина прибутку та ігноруються амортизаційні відрахування як джерело коштів і тим самим обмежуються грошові потоки;
- лише частково враховується чинник часу, тобто ні прибуток, ні обсяги інвестицій не приводяться до теперішньої вартості при обчисленні абсолютної ефективності капіталовкладень;
- показник приведений витрат немає реального використання в господарській практиці, а є скоріше теоретичною побудовою;
- враховується обмежена кількість чинників, які обумовлюють величину економічного ефекту від здійснення інвестицій, зокрема, не враховується існуючий в умовах ринку господарський ризик та рівень інфляції.

Враховуючи зазначені вище недоліки, тривалість періоду освоєння капітальних вкладень, доцільним є використання *ринкового підходу до оцінки ефективності інвестицій*.



Найважливішими показниками оцінювання економічної ефективності інвестицій в умовах ринку з врахуванням зазначених принципів є:

1. Чиста дисконтована (теперішня) вартість (ЧДВ):

$$\text{ЧДВ} = -K + \text{ГП}_1 / (1+R) + \text{ГП}_2 / (1+R)^2 + \text{ГП}_3 / (1+R)^3 + \dots + \text{ГП}_T / (1+R)^T, \text{ грн.},$$

де $\text{ГП}_1, \text{ГП}_2, \dots, \text{ГП}_T$ – очікувані грошові потоки у кожному із років загального терміну реалізації інвестиційного проєкту, грн.

Грошовий потік – це сума чистого доходу підприємства та амортизаційних відрахувань.

Ставка дисконту (R) – це процентна ставка, яка характеризує норму прибутку, на який щорічно розраховує інвестор. Як ставка дисконтування може бути прийнята середня кредитна або депозитна ставка, індивідуальна норма доходності інвестицій із врахуванням ризику, рівня інфляції, інші альтернативні норми доходності інвестицій.

Рішення про прийнятність інвестиційного проєкту може бути позитивним у тому випадку, **ЧДВ більше 0**. Цей показник може використовуватись як критерій доцільності інвестування взагалі і для визначення порівняльної ефективності інвестиційних проєктів.

2. Індекс доходності інвестицій (I_0):

$$I_0 = \text{ГП} / K.$$

За умови різночасності здійснення інвестицій їх треба також приводити до теперішньої вартості.

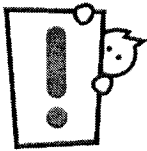
3. Внутрішня норма рентабельності інвестицій (ВНР) – це така дисконтна ставка, за якої суми початкових інвестицій і теперішньої вартості грошових потоків є однаковими, тобто $\text{ЧДВ} = 0$. Розрахунковий показник ВНР має бути не нижчим за граничну ставку, прийнятну для підприємства.

4. Термін окупності інвестицій (Ток):

$$T_{\text{ок}} = K / \text{ГП}_{\text{сер}},$$

де $\text{ГП}_{\text{сер}}$ – середньорічна сума грошового потоку за певний період, грн.

Для короткострокових інвестицій період вимірюється у місяцях, для довгострокових - у роках.

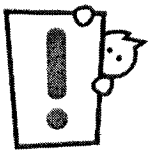


Усі розглянуті показники тісно пов'язані між собою, тому для достовірного оцінювання економічної ефективності виробничих інвестицій їх доцільно використовувати в комплексі.

*Я намагаюсь купувати акції компаній, які настільки чудові, що ними може керувати будь-який ідіот. Тому, що рано чи пізно, це відбудеться.
Уоррен Баффетт*

5. Фінансові інвестиції. Види цінних паперів, їх характеристика

Коли виробниче підприємство задовольнило свою потребу в реальних інвестиціях і має вільні грошові кошти, доцільно здійснювати фінансові інвестиції. Вони є формою ефективного використання вільного капіталу підприємства і, як правило, мають місце на пізніх стадіях його розвитку. Саме тоді бізнес є «сформованим», підприємство досить добре відчуває себе на ринку, має налагоджені комерційні зв'язки, перспективи розвитку і т.д.



Фінансові інвестиції мають місце тоді, коли підприємство прагне перетворити свої вільні заощадження у високоліквідні цінні папери і одержувати від цього певні прибутки, прагне взяти участь у діяльності іншого господарського суб'єкта, який випускає цінні папери (підприємства-емітента) або встановити контроль над його діяльністю.

Фінансові інвестиції підприємств найчастіше орієнтуються на **ринок цінних паперів**. В Україні його діяльність регулюється Законом України «Про цінні папери та фондовий ринок» (2006 р.).

Цінний папір – це документ встановленої форми, який засвідчує майнові права суб'єкта, здійснення або передача яких можлива за умови його пред'явлення. Разом з передачею цінного паперу іншій особі переходять усі засвідчені ним права

Цінні папери є документами на майнові права, свідоцтвами на участь в капіталі. Вони за різними ознаками **поділяються на:**

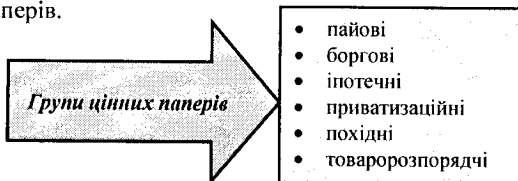
1. *Форма існування:* документарні, бездокументарні.
2. *Форма випуску:* на пред'явника, іменні, ордерні.
3. *Спосіб виплати доходів:* з фіксованим доходом, з плаваючим доходом.
4. *Емітент:* державні, муніципальні, корпоративні.
5. *Термін обігу:* безстрокові, довгострокові (5-10 років), середньострокові

(1-5 років), поточні (до 1 року).

6. *Термін виплати доходів*: кумулятивні, на визначену дату.

7. *Право голосу*: з правом голосу, без права голосу, з обмеженим правом голосу.

Порядок випуску та обігу цінних паперів в Україні регламентується зазначеним Законом України «Про цінні папери та фондовий ринок» та іншими законодавчими і нормативними актами. Ним же визначені основні групи цінних паперів.



Пайові цінні папери – засвідчують участь їх власника у статутному капіталі, надають йому право на участь в управлінні емітентом і отримання частини прибутку у вигляді дивідендів або частини майна; до них відносяться акції та інвестиційні сертифікати.

Акція – це цінний папір, який посвідчує право його власника на частку прибутку у вигляді дивідендів та майна акціонерного товариства. Емісія (випуск) акцій дає можливість підприємству мобілізувати для цілей інвестування значні суми капіталу.

Акції можуть бути простими та привілейованими.

Прості акції дають право участі в управлінні акціонерним товариством, отримання дивідендів та частини майна акціонерного товариства в разі його ліквідації, але не надають будь-яких гарантій щодо отримання дивідендів.

Привілейовані акції забезпечують власникові переважні, стосовно власників простих акцій, права на одержання дивідендів, а також пріоритетну участь у розподілі майна акціонерного товариства в разі його ліквідації, на участь в управлінні акціонерним товариством у випадках, передбачених статутом і чинним законодавством.

Ринковий курс акцій (K_a) залежить від становища підприємства на ринку, фінансової стабільності, рентабельності, величини дивідендів, перспектив розвитку тощо:

$$K_a = \frac{D_a}{R} \times 100, \text{ грн.},$$

де D_a - величина дивіденду на одну акцію, грн.

Ставка дисконту може бути різною для простих і привілейованих акцій.

Акції існують виключно в бездокументарній формі, мають номінальну вартість, встановлену в національній валюті.

Боргові цінні папери – цінні папери, які посвідчують відносини позики і передбачають зобов'язання емітента сплатити у визначений строк кошти відповідно до зобов'язання; такі цінні папери опосередковують кредитні

відносини, тобто емітент несе зобов'язання щодо повернення отриманих коштів і виплати грошей за користування ними.

До цієї групи цінних паперів *належать*: облігації підприємств, державні облігації України, облігації місцевих позик, казначейські зобов'язання України, ощадні (депозитні) сертифікати, векселі.

Боргові цінні папери не надають інвестору права втручатись у діяльність підприємства-емітента, управляти ним або здійснювати інший вплив на його майно. Такі цінні папери надають право інвестору розраховувати на отримання в установленій строк визначеного прибутку як різниці між грошовою сумою, отриманою інвестором, та сумою вкладених у придбання цінного паперу коштів.

Найбільш поширеними борговими цінними паперами є облігації.

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.

Облігації можуть бути *відсотковими, дисконтними та цільовими*. Погашення перших двох здійснюється виключно у грошовій формі, а погашення цільових облігацій здійснюється шляхом передачі товарів або надання послуг, а також сплати коштів власнику таких облігацій у передбачених законодавством випадках.

Курс облігацій ($K_{обл}$) визначається із врахуванням обмеження величини доходу, одержуваного її власником, у часі і наступного відшкодування номінальної вартості облігації:

$$K_{обл} = \sum_{i=1}^T \frac{Добл.}{(1+R)^i} + \dots + \frac{Вобл.}{(1+R)^T}$$

де T – період часу до моменту погашення облігацій, роки;

$Добл.$ – річний доход від облігації, грн.;

$Вобл.$ – номінальна вартість облігації, грн.

Облігації можуть існувати виключно в без документарній формі. Виручка від продажу облігацій не належить до власного капіталу підприємства.

Іпотечні цінні папери – цінні папери, випуск яких забезпечено іпотечним покриттям (іпотечним пулом) та які посвідчують право власників на отримання від емітента належних їм коштів.

До іпотечних цінних паперів відносяться: іпотечні облігації, іпотечні сертифікати, заставні, сертифікати фондів операцій з нерухомістю.

Приватизаційні цінні папери – цінні папери, які посвідчують право власника на безоплатне одержання у процесі приватизації частки майна державних підприємств, державного житлового та земельного фондів.

Похідні цінні папери – цінні папери, механізм випуску та обігу яких пов'язаний з правом придбання або продажу протягом встановленого договірним строку інших цінних паперів, фінансових або товарних ресурсів.

Товаророзпорядчі цінні папери – цінні папери, які надають їхньому власнику право розпоряджатися майном, вказаним у цих документах. До

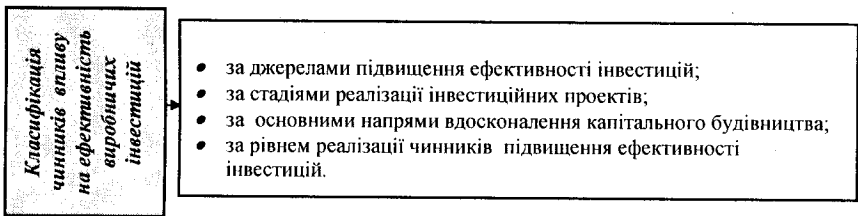
товаророзпорядчих цінних паперів належать складські свідоцтва та коносаменти.

Емісія, обіг, облік цінних паперів в Україні визначається чинним законодавством.

6. Чинники впливу на ефективність інвестицій

При розгляді питання підвищення ефективності інвестицій слід розрізняти чинники впливу на ефективність виробничих інвестицій та чинники впливу на ефективність фінансових інвестицій.

Чинники впливу на ефективність виробничих інвестицій можна класифікувати за такими ознаками:



Джерелами підвищення ефективності виробничих інвестицій дозволяють встановити за якими видами витрат і ресурсів очікується ріст ефективності. Таким джерелами можуть бути: удосконалення механізму підготовки проєктної документації і кошторисів будівельно-монтажних робіт, зниження кошторисної вартості будівництва, яке залежить, в свою чергу, від зниження трудомісткості, матеріаломісткості, фондомісткості виробництва у машинобудуванні, промисловості будівельних матеріалів, самій будівельній індустрії та інших галузях.

Стадії реалізації інвестиційних проєктів впливають на підвищення ефективності виробничих інвестицій через оптимізацію планування, проєктування об'єктів, будівництва та введення їх в експлуатацію. На підвищення ефективності таких інвестицій безпосередньо впливає скорочення тривалості інвестиційного циклу.

Напрями вдосконалення капітального будівництва характеризують комплекс технічних та організаційно-економічних заходів, які забезпечують підвищення ефективності виробничих інвестицій, а саме: індустріалізація будівництва, вдосконалення технологічної структури капіталовкладень, поліпшення відтворювальної структури виробничих інвестицій, покращення якості обладнання, машин, механізмів і будівельно-монтажних робіт, покращення організації матеріально-технічного забезпечення та ін.

За рівнем реалізації чинників підвищення ефективності інвестицій їх поділяють на народногосподарські, галузеві та внутрішньовиробничі.

Основними *важелями ефективного формування і реалізації фінансових інвестицій (цінних паперів)* є ті, котрі забезпечують підвищення ефективності їх обігу. До таких важелів можна віднести:

- *розвиток фондового ринку в Україні* з дотриманням усіх визнаних в світі принципів його функціонування (*наприклад*, правова впорядкованість, прозорість випуску та обігу цінних паперів, формування механізму запобігання та протидії злочинності на фондовому ринку, ефективність інвестицій через розміщення фінансових інвестицій у пріоритетні галузі і виробництва та ін.);
- *залучення стратегічних інвесторів* до процесу придбання цінних паперів високодохідних і високоліквідних підприємств (*наприклад*, у галузях енергетики, машинобудування, хімічній, переробній та інших галузях);
- *розширення посередницької діяльності у сфері випуску та обігу цінних паперів* (такими посередниками можуть бути, *наприклад*, банківські установи, брокерські та дилерські компанії, фірми з управління портфелями цінних паперів та ін.);
- *посилення контролю за виконанням інвестиційних зобов'язань* (*наприклад*, за виконанням умов конкурсів з продажу державного чи комунального майна через механізм деприватизації, використання санкцій за порушення таких умов тощо);
- *підготовка і підвищення кваліфікації кадрів*, зайнятих у сфері функціонування фондового ринку (*наприклад*, шляхом започаткування підготовки висококваліфікованих фахівців у діючих навчальних закладах різних рівнів, створення спеціальних центрів підготовки таких фахівців, відкриття курсів і т.д.).

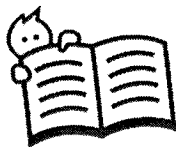


Питання для самоконтролю

1. Чому виробничі інвестиції називають «реальними»?
2. У чому полягає соціальний ефект від залучення інвестицій?
3. В якому напрямку повинно йти вдосконалення технологічної структури виробничих інвестицій?
4. Якщо ринковий попит на продукції підприємства знижується, то яким є підхід до визначення необхідного обсягу виробничих інвестицій?
5. Чи можна використовувати в якості джерела інвестування частину оборотних коштів підприємства і за яких умов?
6. Чи можна вважати тотожними поняття «позичкові» та «залучені» інвестиційні кошти? Поясніть.
7. Чим різняться між собою поняття «ефект» та «ефективність»?
8. Поясніть, чому при оцінці економічної ефективності інвестицій ключовим моментом є врахування фактору часу?

9. За допомогою яких показників можна оцінити економічну ефективність інвестицій в умовах ринку?
10. Що таке ставка дисконтування і як вона визначається?
11. Коротко охарактеризуйте основні види цінних паперів, які «обертаються» на фінансовому ринку України.

Література



1. Аптекар С. Оцінка ефективності інвестиційних проєктів. / С. Аптекар // Економіка України. – 2007. – № 1. – С.42-49.
2. Бондар І.Р. Проблеми залучення іноземних інвестицій в Україну на сучасному етапі / І.Р.Бондар // Регіональна економіка. – 2009. – № 4. – С.62-71.
3. Бондаренко О.О. Залучення іноземних інвестицій як джерело економічного зростання. / О.О. Бондаренко, К.С. Нижник // Вісник КНУТД. – 2014. – № 3. – С.88-95.
4. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент. / И.А.Бланк. – К.: МП «ИТЕМ» ЛТД., 1995. – 448 с.
5. Вільгурська Н.М. Проблеми інвестування економіки України та шляхи їх вирішення / Н.М. Вільгурська, Н.Г. Мехеда // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – № 10. – С.57-59.
6. Грідасова В.М. Інвестування: навч. посіб. / В.М. Грідасова, С.В. Кривченко, О.Є. Ісаєва. – К.: ЦНЛ, 2004. – 164 с.
7. Дамодарсен А. Инвестиционная оценка: инструменты и методы оценки любых активов. Пер. с англ. – 6-е изд. / А.Дамодерсен. – М.: Альпина Паблишерз, 2010. – 202с.
8. Дискіна А.А. Комплексний підхід до оцінки інвестиційної привабливості промислових підприємств / А.А. Дискіна // Одеського політехнічного університету. – 2011. – Вип. 2. – С. 320-324.
9. Дука А.П. Теорія та практика інвестиційної діяльності: навч. посіб. / А.П. Дука. – К.: Вид-во «Каравела», 2007. – 236 с.
10. Євтушенко Г.І. Іноземне інвестування в Україні: сучасний стан та перспективи. / Г.І. Євтушенко, Т.А. Левківський // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2012. – № 1. С.126-35.
11. Єпіфанов А.О. Оцінка кредитоспроможності та інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання: монографія / А.О. Єпіфанов, Н.А. Дехтяр, Т.М. Мельник та ін. / За ред. д.е.н. А.О. Єпіфанова. – Суми: УАБС НБУ, 2007. – 286 с.
12. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.1991 р. (Ред. від 06.11.2014 р.) - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>
13. Закон України «Про підготовку та реалізацію інвестиційних проєктів за принципом «єдиного вікна» від 21.10.2010 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2623-17>
14. Закон України «Про режим іноземного інвестування» від 19.03.1996 р. (Ред. від 11.08.2013 р.) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/93/96>
15. Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок» від 23.02.2006 р. (ред. від 06.06.2015 р.) - [Електронний ресурс]. - Режим доступу:
16. <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3480-15>
17. Заярна Н.М. Стан та проблеми іноземного інвестування в Україні / Н.М. Заярна, М.М. Чиковська // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – № 20. – С.162-164.
18. Ізмайлова К.В. Система експертизи ефективності інвестиційних проєктів на стадії техніко-економічного обґрунтування. / К.В. Ізмайлова, О.В. Ізмайлова. – [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://www.knuba.edu.ua/doc/zbirnyk/urss4_pdf/45-54.pdf

19. Павленко І.І. Міжнародна торгівля та інвестиції: навч. посіб. / І.І. Павленко, О.В. Варяниченко, Н.А. Навроцька. – К.: ЦУЛ, 2012. – 256 с.
20. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. (ред. станом на 13.08.2015). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
21. Савчук Н. Стан інвестиційного клімату в Україні та напрями його покращення. / Н. Савчук // Науковий вісник. – 2011. – Вип.8 «Демократичне врядування». – С.42-46.
22. Сазонець І.Л. Інвестування: підруч. / І.Л. Сазонець, В.А. Федорова. – К.: ЦУЛ, 2011. – 312 с.
23. Сімонова М.В. Оцінка інвестиційної привабливості України на основі аналізу методик, розроблених провідними міжнародними організаціями / М.В. Сімонова. – Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2012. – № 1 (59). – С.283-287.
24. Терещенко О.О. Ставка дисконтування у прийнятті фінансово-інвестиційних рішень. / О.О. Терещенко // Фінанси України, 2010. – № 9. – С.77-90.
25. Худавердієва В.А. Стратегія залучення іноземних інвестицій у економіку України / В.А. Худавердієва // Фінанси України. – 2010. – № 6 – С.62-71.
26. Чернишова Л.О. Особливості залучення та стимулювання іноземного інвестування в Україні / Л.О. Чернишова, В.В. Сазанова // Бізнес Інформ. – 2013. – № 2. – С.87-90.
27. Ющенко Ю.В. Ефективність застосування регресивної податкової ставки для залучення інвестицій. / Ю.В. Ющенко. – [Електронний ресурс] // Режим доступу: journals.iir.kiev.ua/index.php/ес_n/.../2214
28. European Business Association. – [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://eba.com.ua/>

ТЕМА 11. ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Питання для теоретичної підготовки

1. Інноваційні процеси: поняття, види і характеристика.
2. Основи методики визначення економічної ефективності технічних нововведень.
3. Оцінка сукупного економічного ефекту від технічних нововведень.
4. Розрахунок комерційного ефекту у виробників технічних новинок.
5. Організаційний прогрес: суть, об'єкти, напрямки і тенденції.

**Ключові
терміни і
поняття**

інновації, інноваційний процес, інноваційна діяльність, види інноваційних процесів, інноваційний лізинг, народногосподарський ефект, комерційний ефект, сумарна економічна ефективність, організаційний прогрес, об'єкти організаційного прогресу, напрямки організаційного прогресу, ефективність організаційних нововведень

Творчість – це придумування нових речей.

Інновації – це створення нових речей.

Теодор Льюїтт

1. Інноваційні процеси: поняття, види і характеристика

Для забезпечення успіху підприємства на ринку йому потрібно відійти від традиційних способів господарювання. Вони базуються на звичайному режимі функціонування за рахунок залучення додаткової робочої сили, основних та оборотних фондів тощо, тобто екстенсивних чинників. Такі «традиційні» процеси є вичерпними і нездатними забезпечити підприємству певні ринкові переваги.

Виникає необхідність розвитку підприємств на якісно новому рівні на базі нових рішень у техніці, технології, методах та організаційних формах господарювання, тобто необхідність в *інноваційних процесах*.

Інноваційні процеси є сукупністю якісно нових прогресивних змін, які безперервно виникають у просторі та часі

Інноваційний процес пов'язаний із поняттями «інновації» та «інноваційна діяльність». Сутність інновацій визначена Законом України «Про інноваційну діяльність» (2002 р.):

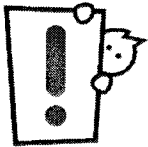
Інновації – новостворені або вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція, послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного характеру, які істотно поліпшують структуру і якість виробництва та соціальної сфери

У відповідності з міжнародними стандартами інновація визначається як кінцевий результат інноваційної діяльності. У згаданому законі також визначена сутність інноваційної діяльності:

Інноваційна діяльність – це діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок. Вона зумовлює виробництво і реалізацію на ринку нових конкурентоспроможних товарів і послуг

Інновації як основа інноваційних процесів мають такі властивості:

- науково-технічна новизна;
- можливість виробничого використання;
- комерційна реалізація.



На практиці часто ототожнюють поняття «новинка» та «нововведення», проте між ними є відмінності. Якщо мова йде про винахід, новий метод, спосіб, порядок, то це - новинка. У випадку використання та поширення цієї новинки вона набуває статусу нововведення.

Наприклад, новинкою є розробка сучасної радіокерованої іграшки-робота; якщо така новинка запущена у серійне виробництво та набула широкого поширення, то вона є нововведенням.

Стимулом для інноваційних процесів є зміна суспільних потреб, використання зарубіжного досвіду в галузі організації виробництва, нових технологій, результати досліджень у фундаментальних галузях науки та ін. Завершуються інноваційні процеси у виробничій сфері шляхом запровадження нововведень.

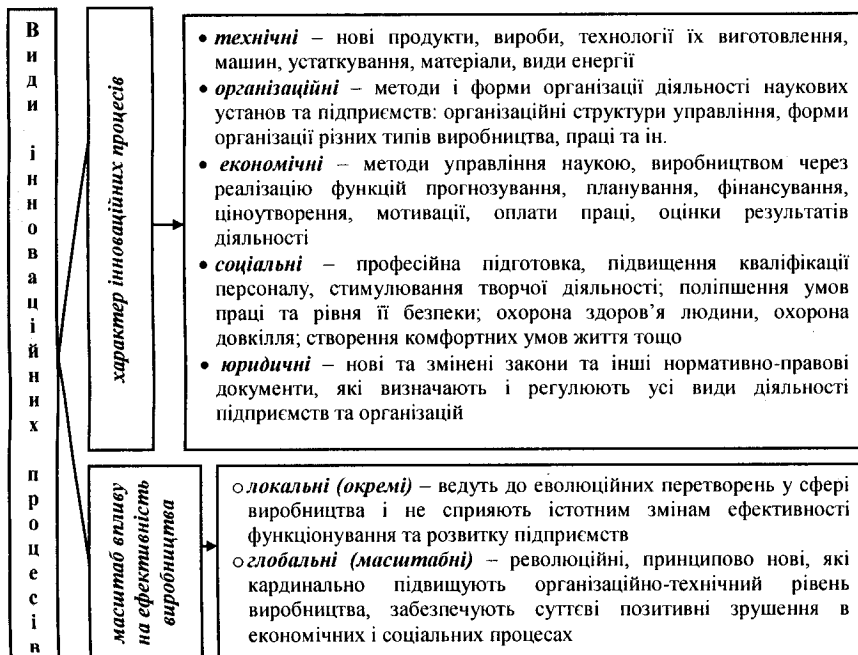
Інноваційні процеси та нововведення є різних видів. Між різними видами інноваційних процесів на підприємстві існує тісний взаємозв'язок.

Технічні нововведення обумовлюють певні організаційні зміни, а останні потребують зрушень в економічному механізмі діяльності підприємств. *Наприклад*, запровадження автоматизованого виробництва на підприємстві вимагає радикальних змін в організації його технічної підготовки, методах поточного планування, оперативного регулювання, режиму роботи підприємства або його окремих цехів та ін.

Технічні, організаційні та економічні нововведення спричиняють зміни у соціальних процесах на підприємстві, і навпаки, завдання соціального характеру «викликають до життя» нові економічні рішення і потребують нових організаційних нововведень. І, нарешті, будь-які нововведення мають ґрунтуватись на прогресивній нормативно-правовій базі, яка є наслідком активної законотворчої діяльності в державі.

Локальні та глобальні нововведення можуть позитивно впливати на виробництво, якщо підприємства використовують їх постійно і комплексно.

Проте безпосередній вплив на ефективність діяльності підприємства мають технічні та організаційні нововведення, а інші – опосередковано впливають на виробництво через ефективність нових організаційно-технічних рішень.



Інноваційний процес та впровадження інновацій на підприємствах потребують значних інвестицій. Гострота питань фінансово забезпечення інноваційного розвитку посилюється дефіцитом фінансових ресурсів самих підприємств та обмеженими можливостями такого фінансування з інших джерел.

Основними джерелами фінансування інноваційної діяльності є:

- грошові кошти у вигляді асигнувань з державного та регіонального бюджетів;
- кошти спеціальних фондів фінансування інноваційної діяльності, які утворюються на підприємствах або регіональними органами управління;
- власні кошти підприємств у вигляді частини прибутку, а також нагромаджені суми амортизаційних відрахувань;
- інвестиційні ресурси різних комерційних структур: комерційних банків, інвестиційних і страхових компаній тощо;
- кредитні ресурси спеціально уповноважених урядом інвестиційних банків;
- кошти вітчизняних та зарубіжних наукових фондів;

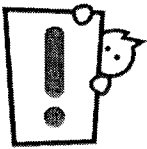
- іноземні інвестиції фірм і компаній;
- грошові кошти приватних осіб.

Важливим інструментом інноваційного розвитку підприємств є **інноваційний лізинг** як особливий вид оренди майна. Він відкриває підприємствам шлях до передових техніки і технологій, а інколи є єдиним способом покращити матеріально-технічну базу виробництва на основі інновацій.

Інноваційний лізинг застосовується найчастіше для швидкого освоєння у промисловому виробництві великих технічних нововведень, які вимагають досить дорогого обладнання. В результаті використання інноваційного лізингу виграють і виробники-орендодавці основних засобів (лессори), оскільки виходять на нові ринки збуту своєї продукції через механізм лізингу, і підприємства-орендарі (лізери), які мають змогу переоснастити своє виробництво на новій техніко-технологічній основі

2. Основи методики визначення економічної ефективності технічних нововведень

Ефективність технічних нововведень є відношенням ефекту від здійснення заходів до затрат на його забезпечення. Сам ефект від впровадження технічних новинок розраховується на всіх етапах реалізації в за весь період здійснення цих заходів.



Ефект визначається як різниця між вартісною оцінкою результатів та вартісною оцінкою сукупних витрат ресурсів за певний період.

Залежно від вирішуваних завдань **економічний ефект від технічних нововведень може бути двох видів:**

- 1) **загальноекономічний ефект** (з точки зору національної економіки) - загальний ефект за умовами використання нової техніки та інших нововведень, який обчислюється шляхом порівняння загальних результатів за місцем використання нової техніки та усіх витрат на її розробку, виробництво і споживання;
- 2) **комерційний** - це ефект, який одержується окремо розробником, виробником і споживачем нової техніки, і обчислюється на окремих стадіях її «життєвого циклу» - стадії розробки, виробництва та експлуатації; він дає можливість оцінити ефективність технічних нововведень з урахуванням економічних інтересів окремих проектно-конструкторських організацій, підприємств-виробників і підприємств-споживачів.

Загальноекономічний ефект обчислюється на стадії обґрунтування доцільності розробки та вибору найкращого варіанту проектного рішення.

Зрозуміло, що на цій стадії при формуванні планів наукових і проектно-конструкторських робіт повинен бути врахований *загальноекономічний підхід* до оцінки ефективності технічних нововведень. Він передбачає врахування при оцінці цієї ефективності усіх можливих наслідків від використання нової техніки - економічних, соціальних, екологічних та ін. Цей підхід зводиться до таких етапів:

- із потенційних варіантів вибираються ті, які задовольняють заданим обмеженням;
- по кожному із вибраних варіантів оцінюються результати, витрати та економічний ефект;
- вибирається кращий варіант за критерієм максимуму економічного ефекту, а за умови його рівності по кількох варіантах - за критерієм мінімуму затрат на досягнення цього ефекту.

Щось нове - це не інновація, якщо вона не створює додаткової споживчої цінності.

Джон Прескотт

3. Оцінка сукупного економічного ефекту від технічних нововведень

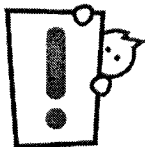
Питання оцінки економічної ефективності заходів по впровадженню технічних новинок є важливими з огляду на те, що останні мають визначальний вплив на всі інші види інновацій. Крім того, такі заходи вимагають значних коштів, ефективність вкладення яких має бути оцінена з максимальною достовірністю.

Сукупний економічний ефект (E_T) від впровадження нової техніки за весь період її «життя» T (розрахунковий період) обчислюється за формулою:

$$E_T = P_T - B_T, \text{ грн.},$$

де P_T – вартісна оцінка результатів від впровадження нової техніки за розрахунковий період, грн.;

B_T – вартісна оцінка витрат на впровадження нової техніки за цей же період, грн.



Такий підхід до оцінки економічного ефекту є однаковим при обчисленні загальноекономічного та комерційного ефектів від впровадження технічних нововведень!

При обчисленні економічного ефекту слід приводити різночасові витрати і результати до єдиного для всіх варіантів моменту часу (розрахункового року) за допомогою коефіцієнта приведення α (див. тему 10 «Інвестиції»).

Із врахуванням фактора часу економічний ефект визначається:

$$E_T = \sum_{t=1}^T (Pt - Bt) \times \alpha, \text{ грн.},$$

де P_t , B_t – вартісна оцінка *результатів* і *витрат* у t -му році розрахункового періоду, грн.;

Початковим роком розрахункового періоду T вважається рік початку фінансування робіт по створенню нової техніки, включаючи наукові дослідження, а кінцевим – момент завершення всього її життєвого циклу (визначається нормативними строками оновлення продукції з врахуванням її старіння).

Вартісна оцінка результатів від впровадження технічних новинок за розрахунковий період здійснюється:

$$P_T = \sum_{t=1}^T Pt \times \alpha, \text{ грн.}$$

Ці результати є сумою основних ($P_{осн\ t}$) і супутніх ($P_{суп\ t}$) результатів:

$$P_t = P_{осн\ t} + P_{суп\ t}, \text{ грн.}$$

Оцінка основних результатів здійснюється за формулами:

а) для нових засобів праці:

$$P_{осн\ t} = Ц_t \times N_t \times П_t, \text{ грн.};$$

б) для нових предметів праці:

$$P_{осн\ t} = Ц_t \times N_t / У_t, \text{ грн.},$$

де $Ц_t$ – ціна одиниці продукції, виробленої з використанням нових засобів або предметів праці у t -му році, грн.,

N_t – кількість одиниць використовуваних нових засобів або предметів праці в t -му році;

$П_t$ – продуктивність засобів праці у t -му році, нат. од.;

$У_t$ – витрати предметів праці на одиницю продукції у t -му році, нат.од.

Оцінка супутніх результатів включає додаткові економічні результати в різних сферах народного господарства, а також економічну оцінку соціальних і екологічних наслідків від реалізації технічних нововведень, яку можна здійснити за формулою:

$$P_t^{CE} = \sum_{j=1}^n R_{jt} \times \alpha_{jt}$$

де P_t^{CE} – вартісна оцінка соціальних та екологічних наслідків від технічних нововведень у t -му році, грн.;

R_{jt} – розмір окремого результату в натуральних вимірниках з урахуванням масштабів його впровадження в t -му році;

α_{jt} – вартісна оцінка одиниці окремого результату у t -му році, грн.;

n – кількість показників, які враховуються при визначенні впливу технічного нововведення на довкілля та соціальну сферу.

Вартісна оцінка витрат на впровадження технічних новинок.

Сумарні витрати на реалізацію технічного нововведення за розрахунковий період T включають **витрати на виробництво нової техніки** ($V_{\text{вир}}$) і **витрати при її використанні** ($V_{\text{викор}}$) продукції:

$$V_T = V_{\text{вир}} + V_{\text{викор}}, \text{ грн.}$$

При цьому витрати на виробництво і при використанні нової техніки **обчислюються однаково** з урахуванням фактору часу:

$$V_{\text{вир(викор)}} = \sum_{t=1}^T (C_t + K_t - V_{\text{зал}}) \times \alpha, \text{ грн.}$$

де C_t – поточні витрати при виробництві (використанні) нової техніки у t -му році без амортизаційних відрахувань на реновацію, грн.;

K_t – одноразові витрати при виробництві (використанні) нової техніки в t -му році, грн.;

$V_{\text{зал}}$ – залишкова (ліквідаційна) вартість основних фондів, які вибувають з експлуатації у t -му році, грн.

До складу поточних витрат при виробництві нової техніки (C_t) включаються витрати згідно існуючого порядку калькулювання собівартості продукції, а на ранніх стадіях розробки нової техніки, коли відсутня конкретна інформація для розрахунку поточних витрат, використовуються один із можливих методів обчислення собівартості проекрованої нової техніки:

- метод питомих ваг;
- графоаналітичний;
- кореляційний;
- планової калькуляції.

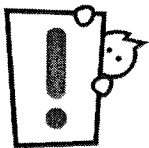
До складу поточних витрат при використанні нової техніки (C_t) включаються поточні витрати на виробництво продукції, виготовленої з використанням нових засобів праці.

До складу одноразових витрат (K_t) включаються капітальні вкладення та інші витрати одноразового характеру, які необхідні для створення і використання нової техніки, незалежно від джерел фінансування.

4. Розрахунок комерційного ефекту у виробників технічних новинок

При обчисленні економічної ефективності технічних нововведень може виникнути ситуація, коли нове технічне рішення виявиться вигідним для народного господарства в цілому, але призведе до зростання витрат і погіршення інших показників роботи наукових організацій, підприємств-виробників. Тому, крім обчислення загальної величини сукупного економічного ефекту, для достовірної оцінки вигідності проектування і виробництва технічних новинок необхідно враховувати ефекти, які будуть одержані проектно-конструкторськими організаціями та підприємствами-виробниками нової техніки.

Слід визначити частку сукупного економічного ефекту, яку має одержати кожен причетний до процесу створення технічної новинки. Тобто, необхідно обчислити *комерційний ефект* кожного учасника цього процесу.



Для оцінки комерційного ефекту може використовуватись показник прибутку, який залишається у розпорядженні наукової організації або підприємства-виробника нової техніки (Π_t):

$$\Pi_t = Q_t - C_t - F_t, \text{ грн.},$$

де Q_t – виручка від реалізації нової техніки у t -му році, грн.;

C_t – собівартість нової техніки у t -му році, грн.;

F_t – загальна сума податків і виплат з балансованого прибутку наукової організації, підприємства у t -му році, грн.

Технічні нововведення впливають на часткові показники роботи підприємств-споживачів нової техніки. Наприклад, *приріст прибутку за рік* від виробництва продукції за допомогою нової техніки ($\Delta\Pi$) визначається за формулою:

$$\Delta\Pi = (C_2 - C_1) \times N_2 - (C_1 - C_1) \times N_1, \text{ грн.},$$

де C_1, C_2 – собівартість одиниці продукції, виготовленої за допомогою базової і нової техніки, грн./од;

C_1, C_2 – гуртова ціна одиниці продукції при використанні базової і нової техніки, грн./од;

N_1, N_2 – обсяг виробництва продукції за допомогою базової і нової техніки, нат.од./рік.

Умове вивільнення працюючих у зв'язку із впровадженням нової техніки ($\Delta\mathcal{C}$) визначається із залежності:

$$\Delta\mathcal{C} = \frac{(C_2 \times N_2)}{B_1} - \frac{(C_1 \times N_2)}{B_2}, \text{ чол.},$$

де B_1, B_2 – продуктивність праці до і після впровадження нової техніки, грн./чол.

Зниження матеріальних витрат (ΔM) обчислюється:

$$\Delta M = (M_1 - M_2) \times N_2 \text{ грн.},$$

де M_1, M_2 – матеріальні витрати на одиницю продукції при використанні базової і нової техніки, грн./од.

5. Організаційний прогрес: суть, об'єкти, напрямки і тенденції

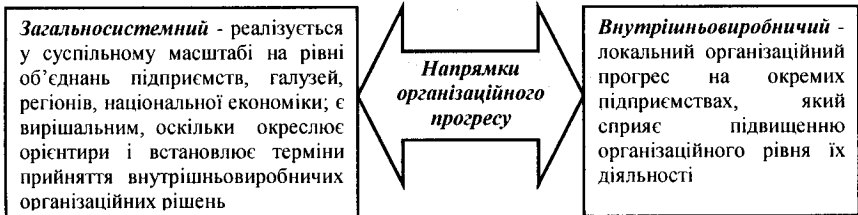
Інноваційна діяльність не обмежується розробкою та використанням технічних новинок і на їх основі випуском нової конкурентоспроможної продукції. Своїм наслідком вона має певний організаційний прогрес.

Організаційний прогрес – це застосування нових та удосконалення існуючих методів і форм організації виробництва, праці, елементів господарського механізму в усіх ланках управління економікою

Організаційний прогрес узагальнює процес використання організаційних, економічних та соціальних нововведень, що має наслідком підвищення ефективності виробництва.

Об'єктами організаційного прогресу є:

- ❖ *організація виробництва* – упорядкована в просторі і часі взаємодія усіх елементів виробничого процесу: засобів, предметів праці, самих працівників; охоплює усі рівні виробництва – від окремого робочого місяця до окремих галузей виробництва;
- ❖ *організація праці* – певне поєднання працівників у просторі і часі для досягнення найбільшої ефективності праці в певних технологічних та організаційних умовах;
- ❖ *управління виробництвом* – використання засобів і методів впливу на усі процеси всередині підприємства, координацію роботи його структурних підрозділів та персоналу;
- ❖ *планування* – це процес встановлення цілей підприємства, його підрозділів на певний період та вибір найефективніших способів їх досягнення;
- ❖ *матеріальне стимулювання* – організована система заохочень та стягнень, яка забезпечує залежність одержуваних працівником життєвих благ від його особистої трудової участі у виробництві або вкладу його капіталу; повинно бути спрямоване на перетворення найманого працівника у власника виробленої продукції та використовуваних виробничих ресурсів;
- ❖ *соціальні відносини* – це сукупність усвідомлених зв'язків і взаємодії між окремими людьми або їх групами, які виникають в процесі їх спільної діяльності;
- ❖ *правові відносини* – це врегульовані нормами права суспільні відносини, учасники яких виступають як носії суб'єктивних прав і юридичних обов'язків, забезпечених державою.



Основними тенденціями організаційного прогресу на сучасному етапі розвитку продуктивних сил є:

- 1) *демонополізація виробництва* на основі деконцентрації, кооперування, та його диверсифікації;
- 2) *організація раціонального потоку ресурсів виробництва і готової продукції* з метою скорочення виробничих запасів, зменшення обсягів використання сировинно-матеріальних ресурсів, утилізації відходів виробництва;
- 3) *забезпечення гнучкості виробництва* на основі використання гнучких виробничих систем, робототехнічних комплексів, автоматичних ліній та ін. на підприємствах різних галузей; це дозволить мінімізувати втрати часу, ресурсів, підвищити продуктивність праці, прискорити оновлення продукції;
- 4) *забезпечення поєднання науки і виробництва* на основі створення науково-технічних комплексів, інженерно-сервісних центрів, спільних міжгалузевих підприємств тощо;
- 5) *удосконалення механізму функціонування підприємств* шляхом «осучаснення» нормативно-правового забезпечення організації бізнесу, дерегуляції підприємницької діяльності, спрощення системи оподаткування та ін.;
- 6) *формування ефективної кадрової політики* на основі критерію фахової підготовки працівників, відповідності сучасним вимогам підбору керівників усіх рівнів, забезпечення належної виконавської дисципліни, але разом з тим демократичних засад в управлінні виробництвом.

Окреслення основних тенденцій організаційного прогресу дозволяє забезпечити ефективне управління ним, вчасно виявити небажані зміни у формах організації виробництва, праці і т.д.

При оцінці ефективності організаційних нововведень треба брати до уваги той факт, що одні з них потребують додаткових інвестицій, а інші – не потребують додаткових грошових вкладень.

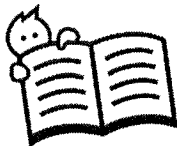
Якщо йдеться про перші, то оцінка їх ефективності здійснюється аналогічно, як оцінка ефективності технічних нововведень. Ефективність других визначається на основі розрахунку економії поточних витрат, спричиненої впровадження таких організаційних рішень.



Питання для самоконтролю

1. Чим відрізняються поняття «інноваційний процес» та «інноваційна діяльність»?
2. Поясніть, що є стимулом інноваційного процесу?
3. Чи існує зв'язок між різними видами інноваційних процесів? Поясніть.
4. Що таке «інноваційний лізинг» і коли доцільно його використовувати?
5. В чому особливість визначення народногосподарського та комерційного ефектів від технічних нововведень?
6. Як обчислюється сукупний економічний ефект від впровадження технічних новинок?
7. Охарактеризуйте методику розрахунку комерційного ефекту у виробників технічних новинок.

8. Поясніть сутність організаційного прогресу, назвіть його об'єкти.
9. Охарактеризуйте основні сучасні тенденції організаційного прогресу.



Література

1. Амоша О.І. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення / О.І. Амоша // Економіст. – 2009. – № 6. – С.28-34.
2. Анісімова О.М. Особливості формування інноваційної інфраструктури, / О.М. Анісімова, О.І. Дідченко. // Проблеми розвитку зовнішньоекономічних зв'язків та залучення іноземних інвестицій: регіональний аспект: Збірник наукових праць. – Донецьк: ДонНУ, 2008. – С.655-662.
3. Атаманова Ю. Державна інноваційна політика: проблеми правового визначення та законодавчого закріплення / Ю.Атаманова // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2007. – № 6. – С.49-59.
4. Бова Т.В. Пріоритети державної інноваційної політики на державному та регіональному рівнях / Т.В. Бова. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: lib.chdu.edu.ua/pdf/naukpraci/governmgmt/2010/147-135-20.pdf.
5. Бойчик І.М. Економіка підприємства: навч. посіб. Вид. 2-ге, доп. і перер./ І.М. Бойчик. – К.: Атіка, 2006. – 528 с.
6. Вайсман В.О. Система стандартів підприємства для управління знаннями в проєктно - керованій організації / В.О. Вайсман, С.О. Величко, В.Д. Гогунський // Труды Одес. политехн. ун-та. – Вып. 1(35). – Одесса: ОНПУ, 2011. – С.256 - 261.
7. Гилик І.І. Економіка організації-інноваційної діяльності: навч. посіб. / І.І. Гилик, С.О. Кропельницька, О.І. Мозіль, І.Г. Ткачук. – К.: ЦНЛ, 2004. – 128 с.
8. Дрожжин Д.Ю. Державна інноваційна політика України в умовах євроінтеграції. / Д.Ю. Дрожжин // Теорія і практика державного управління. – 2014. – Вип. 4 (47). – С.1-9.
9. Єлєць О.П. Роль інноваційної діяльності у розвитку підприємства / О.П. Єлєць // Вісник ХНУ. – Серія «Економічні науки». – 2010. – № 4. – С.52-54.
10. Єлєць О.П. Організаційні форми інноваційної діяльності. / О.П. Єлєць. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.kpi.kharkov.ua/archive/.../7_2011_4.pdf
11. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 4 липня 2002 р. № 40-IV. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до матеріалів: www.zakon.rada.gov.ua.
12. Захарова Т.В. Інноваційна політика держави та принципи її регулювання / Т.В. Захарова. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://intkonf.org/zaharova-tv-innovatsiy-na-politika-derzhavi-ta-printsipi-yiyi-regulyuvannya/>.
12. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: підруч. / С.М. Ілляшенко. – Суми: ВТД – Університетська книга, 2010. – 334 с.
13. Колесникова Е.В. Управление знаниями в IT-проектах / Е.В. Колесникова, А.А. Негри // Вост.-Европ. журнал передовых технологий. – 2013. – 1/10 (61). – С.213 – 215.
14. Корінько Н.Д. Інновації у діяльності суб'єктів господарювання / Н.Д. Корінько // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 5. – С.149-154.
15. Костюк Т.П. Мотивація інноваційної діяльності в сучасних умовах господарювання / Т.П. Костюк // Вісник ЖДТУ. – Серія «Економічні науки». – 2010. – № 1 (51). – С.16-21.
16. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент. навч. посіб. / Н.В. Краснокутська. – К.: КНЕУ, 2003. – 504 с.
17. Лебедева Л.В. Сучасна інноваційна політика держави в Україні: проблеми та перспективи реформування / Л.В. Лебедева // Ефективна економіка. – 2014. – № 1. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2664.

18. Лисюк В.М. Інноваційна політика – основа модернізації економіки держави / В.М. Лисюк, М.Г. Скрипник // Економіка: реалії часу. – 2013. – № 1 (6). – С.147-152.
19. Літвиненко М. В. Інноваційна діяльність підприємства як джерело підвищення прибутку / Літвиненко М.В., Кедревич І.В. // Вісник НГУ (ХПИ) . – № 7. – 2011. – С.148-151.
20. Мазаракі А.А. Інновації – джерело конкурентних переваг / А.А.Мазаракі // Вісник КНТЕУ. – 2010. – № 9. – С.120-123.
21. Микитюк П.П. Інноваційний менеджмент: навч.посіб. / П.П. Микитюк. – Тернопіль: Економічна думка, 2006. – 295 с.
22. Нежиборець В.І. Розвиток інноваційної діяльності в Україні як умова забезпечення конкурентоспроможності економіки / В.І.Нежиборець // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2009. – № 5. – С.48-54.
23. Одотюк І.В. Сучасна інноваційна політика України: передумови, основні підходи та напрями реформування / І.В. Одотюк, О.М. Фашевська, С.М. Щегель // Вісник НАН України. – 2012. – № 7. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/.../cgiirbis_64.exe?
24. Онищенко В.О. Теоретико-методологічні засади просторової організації інноваційної діяльності / В.О. Онищенко, О.В. Комеліна // Економіка і регіон. – 2010. – № 1(24). – С.3-9.
25. Посилкіна О.В. Економіка і організація інноваційної діяльності: навч. посіб. / О.В. Посилкіна, Г.В. Костюк, В.М. Тіманюк. – Харків: Вид-во НФаУ, 2009. – 272с.
26. Стадник В.В. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. / В.В.Стадник, М.А.Йохна. - К.: Академвидав, 2006. – 464с.
27. Сільченко І.А. Державна інноваційна політика в умовах формування інноваційної моделі розвитку / І.А. Сільченко // Вісник Бердянського ун-ту менеджменту і бізнесу. – 2010. – № 1 (9). – С.31-35.
28. Федик М.О., Кругляно А.В. Інноваційне підприємництво в Україні та роль малого бізнесу в його забезпеченні // intkonf.org.

ТЕМА 12. ТЕХНІКО-ТЕХНОЛОГІЧНА БАЗА І ВИРОБНИЧА ПОТУЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Питання для теоретичної підготовки

1. Виробничі процеси та принципи їх організації.
2. Класифікація виробничих процесів.
3. Виробнича потужність підприємства, чинники, що впливають на неї.
4. Методи визначення виробничої потужності на підприємствах.

**Ключові
терміни і
поняття**

виробничий процес, технологічний процес, природні процеси, основні виробничі процеси, допоміжні виробничі процеси, обслуговуючі виробничі процеси, управлінські процеси, виробнича операція, виробнича потужність, провідний цех, лізинг, оперативний лізинг, фінансовий лізинг

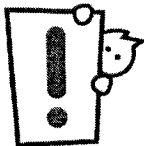
*Якщо як слід потурбуватись про дрібні деталі,
то великі проблеми вирішаться самі по собі.*

Рудольф Джуліано

3. Виробничі процеси та принципи їх організації

Функціонування будь-якого підприємства має в основі певні виробничі процеси. Вони спрямовані на виконання ним свого основного завдання – виготовлення продукції (виконання робіт, надання послуг) для задоволення ринкових потреб.

Виробничий процес - це сукупність дій людей, засобів праці, а також природи, внаслідок яких вхідні матеріали і напівфабрикати перетворюються на готову продукцію



Основою виробничого процесу становить технологічний процес, який забезпечує зміну форм, розмірів і властивостей предметів праці, які поступають в переробку, і одержання готової продукції.

Будь-який технологічний процес може бути поділений на певну кількість технологічних ланцюгів або операцій і представлений технологічною схемою.

Виробничі процеси є досить різноманітними, відмінними є умови виробництва, проте їх організація ґрунтується на таких **загальних принципах**:

- ❖ **спеціалізація** – поділ виробничого процесу на складові частини і закріплення за кожним підрозділом (цехом, дільницею, робочим місцем) виготовлення певного виробу (предметна спеціалізація) або певної операції (технологічна

спеціалізація); дає змогу використовувати високопродуктивне устаткування і передові форми організації виробництва;

- ❖ *пропорційність* – однакова відносна продуктивність усіх виробничих підрозділів; передбачає рівномірне і повне завантаження усіх видів устаткування, яке необхідне для ліквідації «вузьких місць» і виконання в повному обсязі виробничої програми; роль цього принципу зростає в умовах автоматизованого виробництва;
- ❖ *паралельність* – одночасне виконання частин виробничого процесу (операцій, стадій), тобто здійснення процесів із «перекриттям»; продуктивність підрозділів при цьому визначають тривалістю процесу, яке є меншою від тривалості циклу на величину «перекриття»; для реалізації цього принципу має бути забезпечений достатній обсяг виробництва для повного завантаження устаткування; він дозволяє суттєво скоротити тривалість циклу виготовлення виробів, зменшити потребу в обігових коштах;
- ❖ *ритмічність* – означає рівномірний випуск продукції у певні проміжки часу; чим менший проміжок часу, тим важче досягти рівномірності; якщо досягається місячна ритмічність, то декадної і добової досягти важче, це залежить від внутрішньозаводського планування;
- ❖ *прямоточність* – забезпечення найкоротшого шляху проходження виробами усіх стадій і операцій виробничого процесу – від запуску матеріалів до виходу готової продукції; цей принцип використовується в масштабах всього підприємства, цехів, дільниць;
- ❖ *безперервність* – означає зменшення перерви під час виробництва конкретних виробів.

Усі згадані принципи організації виробничих процесів «співіснують» між собою у певній суперечності, оскільки дотримання одних здійснюється за рахунок інших. У такому разі слід шукати компромісний варіант на підставі економічних міркувань. Суть їх у тому, що невиконання одних принципів за рахунок виконання інших пов'язане з певними втратами і перевагу надають тому з них, невиконання якого забезпечує менші втрати. Найповніше усі ці принципи дотримуються в умовах потокового виробництва.

Немає нічого важкого, якщо ви вмієте ділити роботу на частини.

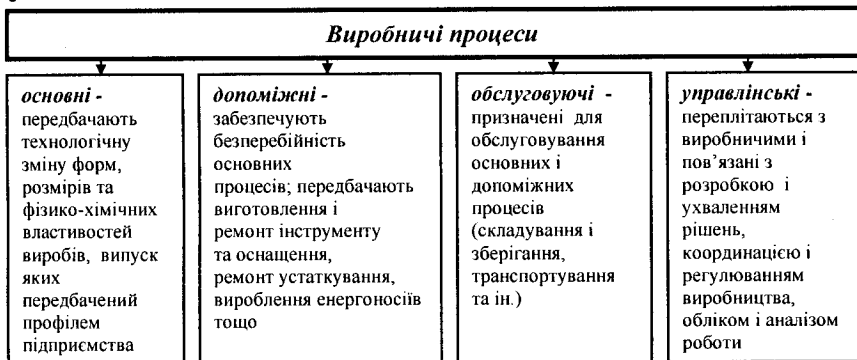
Генрі Форд

2. Класифікація виробничих процесів

Виробничі процеси класифікуються за різними ознаками, основною з яких є їх *роль у загальному процесі виготовлення продукції*. За цією ознакою вони поділяються на основні, допоміжні, обслуговуючі, управлінські.

Основні виробничі процеси залежно від стадії виготовлення готового виробу поділяються на:

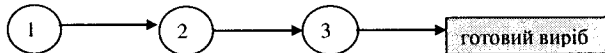
- *заготівельні (підготовчі)* – забезпечують одержання різних заготовок, поковок, відливок, розкрій тканин за лекалами, очищення сировини, порізки металу та ін.;
- *обробні (перетворюючі)* – відбуваються на стадії перетворення заготовок, сировини у готову продукцію шляхом механічної, термічної або хімічної обробки;
- *складальні (завершальні)* – характеризують отримання складальних одиниць або готових виробів з деталей, вузлів; також включають регулювальні, випробувальні, пакувальні та інші операції.



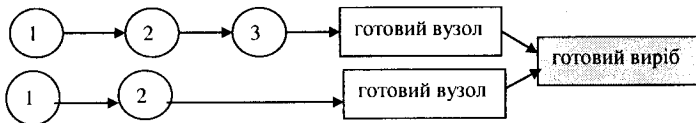
Окремо виділяються *управлінські процеси*, вони інколи вважаються специфічними виробничими процесами, оскільки сучасні засоби праці оснащені контрольно-керуючими механізмами, інтегрованими з робочими машинами (*наприклад*, автоматизовані потокові лінії, автоматизовані системи управління технологічними процесами тощо).

За *складністю* виробничі процеси поділяються на :

- *прості* – послідовність операцій, результатом яких є готовий вирів:



- *складні* – поєднання декількох простих виробничих процесів:



За *масштабом виробництва однорідної продукції* розрізняють виробничі процеси:

- *масові* – випуск однорідної продукції протягом тривалого часу;
- *серійні* – випуск широкої номенклатури продукції, яка періодично повторюється;

- *одиничні* – випуск обмеженої (досить вузької) номенклатури продукції, яка постійно змінюється.

За перебігом у часі виробничі процеси поділяються на:

- *дискретні (перервні)* – характерна наявність перерв в організаційно-технологічному ланцюжку виготовлення продукції (*наприклад*, виробництво машин, приладів, швейних виробів, взуття тощо);
- *неперервні* – продукція не має сталих об'єму і форми, а технологічний процес не має чітко окреслених часових обмежень (*наприклад*, хімічне виробництво, металургія і т.д.)

За ступенем автоматизації виробничі процеси поділяються на:

- *ручні* – здійснюються безпосередньо робітником, фізична сила якого є основним джерелом енергії;
- *механізовані* – виконуються робітником за допомогою машин; робітник керує машинами, а безпосередньо виконує тільки допоміжні операції;
- *автоматизовані* – виконуються машинами під наглядом робітника; деякі допоміжні операції також можуть виконуватись робітником;
- *автоматичні* – здійснюються машинами без участі робітника за попередньо розробленою програмою.

Є й інші ознаки класифікації виробничих процесів: за характером устаткування, за характером впливу на предмет праці тощо.

Основною структурною одиницею виробничого процесу є *виробнича операція*.

Виробнича операція - це завершена частина виробничого процесу, яка виконується на одному робочому місці без переналадження устаткування відносно одного й того ж самого предмету праці одним або кількома робітниками

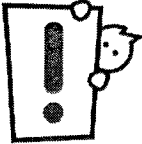
Виробничі операції поділяються на *основні (технологічні)*, внаслідок яких змінюються форма, розміри, властивості виробів, та *допоміжні*, пов'язані із зміною просторового розміщення виробів (транспортування, складування) або контролем якості продукції.

Частиною виробничого процесу можуть бути і *природні процеси*, які відбуваються поза безпосередньою участю людини, але без яких неможливо одержати якісний кінцевий продукт виробництва. Такими процесами можуть бути, *наприклад*, природне сушіння деревини у деревообробній галузі, визрівання твердих сирів у молокопереробній галузі та ін.

3. Виробнича потужність підприємства, чинники, що впливають на неї

Складовим елементом виробничого потенціалу підприємства є його виробнича потужність. Вона є визначальною при формуванні потенціалу техніко-технологічної бази підприємства.

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



Не слід ототожнювати поняття «виробнича потужність» і «виробнича програма». Перше характеризує об'єктивно існуючі, потенційні можливості з виробництва продукції у певному періоді, а друге – завдання щодо використання цих можливостей у цьому періоді.

Виробнича потужність визначається у тих самих одиницях, що й виробнича програма. *Натуральні одиниці* є доцільними при обмеженій номенклатурі продукції, вони обумовлюються галузевою належністю підприємства і характером виробництва. Коли асортимент продукції досить широкий, то величина виробничих потужностей може бути оцінена лише у *вартісних показниках*.

Чинники впливу на величину виробничої потужності підприємства

1. Кількість обладнання. У розрахунок потужності приймається все обладнання, яке є на підприємстві, в тому числі бездіяльне внаслідок несправності, ремонту, модернізації та інших причин (крім резервного, експериментального, навчального). Тому важливо мінімізувати кількість обладнання, яке не задіяне у виробництві продукції і збільшити кількість використовуваного.

2. Продуктивність обладнання. Потужність обчислюється на основі технічних норм продуктивності обладнання. Якщо технічні норми (трудомісткість виробів, норми виходу продукції із сировини) перевищені значною чисельністю робітників на цьому підприємстві або на інших підприємствах галузі, то потужність визначається за прогресивними показниками і нормами.

3. Режим роботи підприємства визначається кількістю змін роботи обладнання, тривалістю зміни і сезонного періоду, кількістю годин роботи підприємства за місяць, квартал, рік; режим роботи визначається характером виробництва, який може бути дискретним, неперервним і сезонним.

4. Кваліфікаційний рівень робітників - чим він вищий, тим нижчою є трудомісткість одиниці продукції, відповідно, зростає продуктивність праці робітника, ефективніше використовується дійсний фонд робочого часу обладнання. Це позитивно впливає на зростання потужності.

5. Структура основних фондів. Величина виробничої потужності визначається питомою вагою активної частини основних фондів, оскільки саме ця частина впливає на обсяги випуску продукції. Доцільно не лише підтримувати оптимальне співвідношення між активною і пасивною частинами, але й всередині активної частини збільшувати частку прогресивного, сучасного і високопродуктивного обладнання.

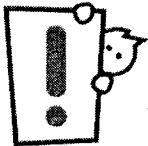
Розрізняють такі *види виробничої потужності* підприємства:

- *проектна* – визначається в процесі проектування будівництва нового, реконструкції або розширення діючого підприємства;
- *планова* – визначається на діючому підприємстві за умов зміни виробництва: розширення або звуження асортименту, заміна окремих видів продукції іншими, зміна набору устаткування, його продуктивності тощо;
- *резервна* – відображає невикористані в певний момент часу можливості підприємства, які дають змогу за певних умов збільшити обсяги випуску продукції; повинна існувати у електроенергетиці, газовій промисловості, на транспорті, в переробній галузі.

4. Методи визначення виробничої потужності на підприємствах

Розрахунок виробничої потужності є найважливішим етапом обґрунтування виробничої програми підприємства. На його основі плануються обсяги випуску продукції, складаються баланси обладнання і розраховуються обсяги необхідних інвестицій.

При розрахунку виробничої потужності підприємства береться до уваги уся номенклатура продукції та показники потужності *провідних цехів* основного виробництва. Потужність провідних цехів розраховується за потужністю *провідних дільниць*, а потужність останніх – за пропускною здатністю *провідних груп обладнання*.



Провідними є ті цехи, дільниці і групи обладнання, в яких виконуються головні і найбільш трудомісткі технологічні процеси та операції.

Розраховуючи виробничу потужність, слід звертати увагу на виявлення та усунення так званих «*вузьких місць*», тобто відставання пропускної здатності окремих груп обладнання від пропускної здатності провідної групи обладнання.

Виробнича потужність верстату, обладнання, агрегату (ВП_в) обчислюється:

$$ВП_v = \Phi_0 / T_{шт}, \text{ од/період,}$$

де Φ_0 – дійсний (ефективний) фонд робочого часу обладнання, год.;
 $T_{шт}$ – прогресивна норма часу на одиницю продукції, год./оддиницю.

$$\Phi_0 = (\Phi_k - B - C) \times n_{зм} \times t_{зм} \times k_{вих}, \text{ год.},$$

де Φ_k – п кількість календарних днів у періоді;
 B, C – кількість вихідних і святкових днів у періоді;
 $n_{зм}$ – кількість змін роботи одиниці устаткування;
 $t_{зм}$ – тривалість зміни, год.;

$k_{\text{внк}}$ – коефіцієнт використання робочого часу (враховує втрати робочого часу через простої, непродуктивні витрати робочого часу, ремонт, скорочення тривалості робочої зміни у передсвяткові дні тощо).

Виробнича потужність потокової лінії (ВП_{пл.}) визначається:

$$ВП_{\text{пл.}} = \Phi_{\text{л}} / r, \text{ од./період,}$$

де r – такт потокової лінії, год./одиниць.

Виробнича потужність агрегатів неперервної дії (ВП_{нд}), наприклад, доменних печей, обчислюється за формулою:

$$ВП_{\text{нд}} = \Phi_{\text{к}} / t_{\text{пл}} \times q, \text{ т/період,}$$

де $\Phi_{\text{к}}$ – календарний фонд часу роботи доменної печі, год./рік;

$t_{\text{пл}}$ – час на одну плавку, год./плавку;

q – обсяг металу, що виплавляється за одну плавку, т/плавку.

Виробнича потужність підприємства протягом року змінюється через зміну технічних, економічних, організаційних та інших умов виробництва. Проте найчастіше вона змінюється внаслідок введення в експлуатацію або виведення з експлуатації частини основних фондів з певною потужністю.

Вихідна виробнича потужність (ВП_{вих.}), тобто потужність на кінець розрахункового періоду, наприклад, року обчислюється:

$$ВП_{\text{вих.}} = ВП_{\text{вх.}} + ВП_{\text{вв.}} - ВП_{\text{вив.}}, \text{ грн.,}$$

де $ВП_{\text{вх.}}$ - виробнича потужність на початок періоду, грн.;

$ВП_{\text{вв.}}$ - введена в плановому періоді виробнича потужність, грн.;

$ВП_{\text{вив.}}$ - виведена за плановий період виробнича потужність, грн.

Середньорічна виробнича потужність (ВП_{ср}) підприємства, цеху, обчислюється за формулою:

$$ВП_{\text{ср}} = ВП_{\text{вх.}} + ВП_{\text{вв.}} \times \frac{\kappa}{12} - ВП_{\text{вив.}} \times \frac{12 - \kappa}{12}, \text{ грн.,}$$

де κ – кількість місяців експлуатації обладнання з певною потужністю протягом року.

Використання виробничої потужності підприємства характеризується коефіцієнтом використання виробничої потужності ($K_{\text{вн}}$), який обчислюється як відношення фактичного або запланованого обсягу випуску продукції за рік ($Q_{\text{ф}}$, $Q_{\text{пл}}$) до величини середньорічної виробничої потужності:

$$K_{\text{вн}} = Q_{\text{ф}} (Q_{\text{пл}}) / ВП_{\text{ср}}$$

Обсяг випуску продукції та величина виробничої потужності повинні бути представлені в однакових одиницях виміру – вартісних або натуральних.

Як зазначалось, на величину виробничої потужності підприємства та його підрозділів безпосередньо впливає кількість і склад основних фондів, особливо їх активної частини. Часто через обмеженість фінансових ресурсів

підприємства не мають можливості замінити частину обладнання на більш прогресивне. В такій ситуації оновленню технічної бази виробництва сприяє лізинг.

Лізинг – це особливий вид оренди рухомого і нерухомого майна виробничого призначення, умови якої фіксуються у відповідному договорі між орендодавцем (лессором) і орендарем (лізером)

Найчастіше орендодавець купує майно з метою здачі його в оренду (лізинг).

Розрізняють оперативний і фінансовий лізинг.

Оперативний лізинг передбачає надання лізеру права користування матеріальними цінностями лессора на термін їх повної амортизації з обов'язковим збереженням права власності лессора на орендоване майно та його обов'язкове повернення. Орендні платежі при оперативному лізингу не йдуть у залік майбутньої покупки орендованого майна.

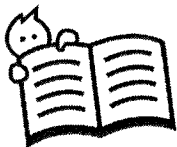
Фінансовий лізинг передбачає придбання лессором майна на замовлення лізера і передачу його лізеру в користування на термін, не менший, ніж термін повної амортизації, з обов'язковою наступною передачею права власності на майно лізеру.

Амортизаційні відрахування в разі оперативного лізингу нараховуються лессором, а в разі фінансового лізингу – лізером і використовуються ними на повне відновлення наданих в оренду основних фондів.



Питання для самоконтролю

1. У чому відмінність між виробничими і технологічними процесами?
2. Коротко охарактеризуйте управлінські виробничі процеси.
3. Наведіть приклади природних процесів, які мають місце у різних галузях виробництва.
4. В яких випадках використовуються натуральні та вартісні показники розрахунку величини виробничої потужності?
5. Поясніть механізм впливу рівня кваліфікації робітників на величину виробничої потужності підприємства.
6. Які цехи або дільниці називаються «провідними»?
7. Чим відрізняються оперативний і фінансовий лізинг?



Література

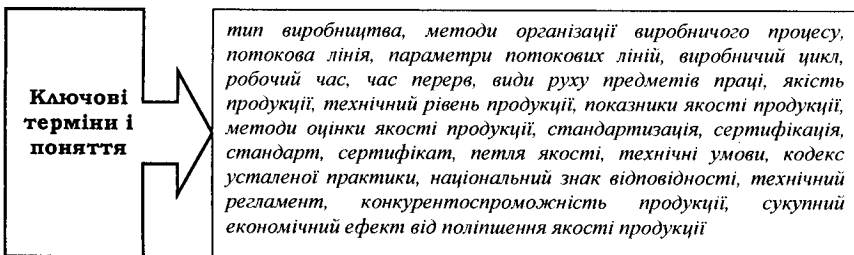
1. Авдеенко В.Н. Производственный потенциал промышленного предприятия. / В.Н. Авдеенко, В.А. Котлов. – М.: Экономика, 1989. – 240 с.
2. Бойчик І.М. Економіка підприємства: навч. посіб. Вид. 2-ге, доп. і перер./ І.М. Бойчик. – К.: Атіка, 2006. – 528 с.
3. Васильева И.Н. Экономические основы технологического развития / И.Н. Васильева. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995. – 160 с.
4. Волкова О.І. Економіка й організація інноваційної діяльності: навч. посібн. / О.І. Волкова, М.П. Денисенко. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 960 с.
5. Внукова Н.Н. Мир лизинга: монография. / Н.М. Внукова. – Харьков: Основа, 2004. – 220 с.
6. Внукова Н. М. Оцінка можливостей розвитку фінансового лізингу в Україні / Н.М. Внукова // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 9. – С.49 -57.
7. Геделевич С.В. Виробничий процес як складова операційного ризику. / С.В. Геделевич // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2014. – № 2. Т.2. – С.42-46
8. Гонгарева І.В. Оцінка потенціалу техніко-технологічної бази промислового підприємства. / І.В. Гонгарева // Вісник СумДУ. Серія «Економіка». – 2011. – № 4. – С.133-139.
9. Горбач Л.М. Ринок фінансових послуг: навч. посіб. / Л.М. Горбач. – К.: Кондор, 2006. – 435 с.
10. Гришков М.А. Техніко-технологічна база підприємства: сучасність та шляхи вдосконалення. / М.А. Горшков, Ю.М. Блажко. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org/gorshkov-ma-blazhko-yum-tehniko-tehnologichna-baza-pidpriemstva-i-produktsiyi-sutnist-ta-shlyahi-vdoskonalennya>
11. Грешин М.Г. Економіка підприємства : підручник / М.Г. Грешин, В.М. Колот, О.Г. Мендрул та ін. / за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. – Вид. 4-те, перероб. і доп.. – К.: Вид-во КНЕУ, 2009. – 816 с.
12. Григоренко Є. Лізинг як перспективний вид діяльності / Є. Григоренко // Ринок цінних паперів України. – 2002. – № 1-2. – С.12.
13. Красільникова К.С. Економічна сутність виробничих потужностей підприємств та фактори, що її визначають. / К.С. Красільникова // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». – 2014. – Вип.6. Ч.І. – С.16-19
14. Кузьмін О.С. Економіка інноваційного підприємства: навч. посіб. / О.С. Кузьмін. – Львів: Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2009. – 456 с.
15. Кулько І.В. Ефективне використання виробничих потужностей машинобудівних підприємств в умовах перехідної економіки. / І.В. Кулько // Європейський вектор економічного розвитку. – 2013. – № 1 (4). – С.105-110.
16. Ментух Н. Виникнення, вдосконалення та правове регулювання лізингових відносин в Україні. / Н. Ментух // Юридична Україна. – 2005. – № 10. – С. 51-54.
17. Міхаліна І. Актуальні проблеми розвитку лізингу в Україні / І. Міхаліна // Статистика України. – 2005. – № 3. – С.31-36.
18. Нейкова Л.И. Анализ эффективности технического перевооружения предприятий / Л.И. Нейкова. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 88 с.
19. Пономаренко В.С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи: монографія / В.С. Пономаренко, О.М. Трилід, М.О. Кизим. – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2003. – 328 с.
20. Плаксіні О.А. Систематизація видів лізингу. / О.А. Плаксіні // Економіка АПК. – 2005. – № 9. – С.72-78.

21. Репіна І.М. Підприємницький потенціал: методологія оцінки та управління / І.М. Репіна // Вісник Української академії державного управління при Президентові України. – 1998. – № 2. – С.262-271.
22. Семенова Ю. Лізинговий механізм у системі державного регулювання інвестиційної діяльності в Україні / Ю.Семенова // Підприємництво, господарство і право. – 2005. – № 9. – С. 125-128.
23. Синица В.Г. Производственный потенциал предприятия и эффективность его использования / В.Г. Синица // Экономика промышленного производства, Республиканский межведомственный сборник научных трудов. – Минск. – 1992. – Вып. 21. – С.73-78.
24. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: монографія / За заг. ред. Ю.Б. Іванова, О.М. Тищенко. – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2006. - 384 с.
25. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посіб. / О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2003. – 316 с.
26. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2005. – 261 с.
27. Хохлов Н.П. Реинжиниринг как концепция и организационный фактор снижения фондоемкости производства/ Н.П. Хохлов, М.В. Горобинская // Вісник ХДЕУ. – 2009. – №2 (14). – С.54-56.

ТЕМА 13. ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА І ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Питання для теоретичної підготовки

1. Організаційні типи виробництва, їх характеристика.
2. Поняття і класифікація методів організації виробничого процесу.
3. Поняття виробничого циклу, його структура.
4. Поняття якості продукції, необхідність та значення її підвищення.
5. Показники і методи оцінки якості продукції.
6. Управління якістю продукції.
7. Стандартизація і сертифікація продукції.
8. Конкурентоспроможність продукції, чинники її забезпечення і методика оцінки.
9. Економічна ефективність і шляхи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції.



Зарплату платить не роботодавець. Зарплату платить продукт виробництва, а завдання менеджменту – так організувати виробництво, щоб продукт міг оплатити зарплату
Генрі Форд

1. Організаційні типи виробництва, їх характеристика

На кожному підприємстві виробничий процес організований певним способом. Кожне підприємство має свою номенклатуру продукції, виробничу структуру, особливості організації виробництва, праці, технології, склад обладнання, кадрів, характер завантаження робочих місць і т.д. Усі ці характеристики визначають *тип його виробництва*.

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

Окрім цього тип виробництва передбачає специфічні методи підготовки виробництва, планування, контролю, управління тощо.

За сукупністю усіх зазначених ознак розрізняють такі *типи виробництва*:

1. Одиничне виробництво. Характеризується мінливістю технологічних процесів у зв'язку із частою зміною номенклатури продукції. *Наприклад*, виробництво нестандартного обладнання, пошиття індивідуальних моделей одягу та ін.

Специфічними рисами одиничного типу виробництва є:

- широка номенклатура продукції;
- виробництво виробів в одиничних екземплярах або дуже малими партіями (до кількох десятків на місяць);
- технологічна спеціалізація робочих місць, ділянок, цехів;
- використання універсального устаткування, оснащення;
- групування робочих місць за принципом однотипних операцій;
- відсутність закріплення за окремими працівниками певних технологічних операцій;
- наявність висококваліфікованих робітників-універсалів;
- відсутність детальної розробки технологічного процесу;
- великий обсяг ручних операцій;
- досить тривалий виробничий цикл;
- висока собівартість одиниці продукції та ін.

2. Серійне виробництво. Характеризується значно вужчою номенклатурою продукції, ніж при одиничному типі виробництва. Робочий процес є сталим при виробництві однієї серії (партії) продукції. Структура цього процесу змінюється при переході до виробництва іншої партії продукції. *Наприклад*, виробництво консервної продукції, трикотажних виробів, взуття, приладів тощо.

Для серійного типу виробництва характерні:

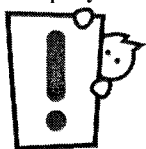
- виготовлення продукції партіями, які періодично повторюються;
- обмежена номенклатура продукції;
- використання універсального та спеціального устаткування;
- групування робочих місць за технологічним і предметним принципами;
- спеціалізація робочих місць за виконанням декількох закріплених операцій;
- середня кваліфікація робітників;
- детальна розробка технологічних процесів;
- досить великі затрати на технологічну підготовку виробництва;
- незначний обсяг ручних операцій;
- відносно нетривалий виробничий цикл і т.д.

Залежно від того, скільки часу випускається одна серія продукції та яким є її розмір, розрізняють *дрібносерійне*, *середньoserійне* і *крупносерійне* виробництва.

3. Масове виробництво. Характеризується сталістю виробничого процесу, повторенням одних і тих самих операцій на кожному робочому місці при виготовленні того самого виду виробу. *Наприклад*, виробництво хлібобулочної продукції, молочної продукції, автомобілів, телевізорів та ін.

Специфічними рисами масового типу виробництва є:

- обмежена номенклатура продукції;
- виготовлення продукції у великій кількості;
- використання спеціального устаткування;
- розміщення робочих місць за ходом технологічного процесу та їх спеціалізації на виконанні однієї операції;
- невисока кваліфікація робітників;
- детальна розробка технологічного процесу;
- можливість механізації і автоматизації виробничих процесів;
- мінімальна тривалість виробничого циклу;
- підготовка виробництва вимагає більших затрат, ніж у серійному чи одиничному виробництвах;
- нижча в порівнянні з іншими типами виробництва собівартість одиниці продукції.



Кожен тип виробництва характеризується сукупністю ознак, тому наявність однієї або кількох із них не дає підстави віднести виробництво до того чи іншого типу.

2. Поняття і класифікація методів організації виробничого процесу

Кожному із охарактеризованих типів виробництва відповідає свій метод його організації.

Метод організації виробничого процесу – це спосіб його здійснення, сукупність прийомів і засобів його реалізації, які ґрунтуються на певних принципах

Методи організації виробничого процесу поділяються на *непотокові* і *потоківі*. Крім цих двох методів, інколи окремо виділяють *автоматичне* виробництво, хоча його можна розглядати як різновид потокового.

Непотоковий метод застосовується переважно в одиничному і серійному виробництвах, потоковий – у крупносерійному і масовому.

Усі згадані методи можна класифікувати:

Методи організації виробничого процесу

- *індивідуальний* (відповідає одиничному типу виробництва)
- *партійний* (відповідає серійному типу виробництва)
- *потоківий* (відповідає масовому типу виробництва)

Такий поділ є якоюсь мірою умовним, оскільки, *наприклад*, потоковий метод може використовуватись і в серійному виробництві при виготовленні досить великих партій продукції.

Індивідуальний метод організації виробничого процесу передбачає виготовлення продукції одиничними або дрібними неповторюваними партіями.

Партійний метод організації виробничого процесу передбачає виготовлення продукції партіями (серіями).

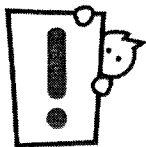
Партією вважається певна кількість однакових виробів, які запускаються у виробництво і обробляються безперервно в одночасному або послідовному режимі.

Потоковий метод організації виробничого процесу передбачає передачу продукції, яка знаходиться в обробці, з виконаної операції на наступну одразу або з деяким «запізненням» згідно вимог технологічного процесу.

Потокове виробництво є високоефективним методом організації виробничого процесу, який здійснюється у максимальній відповідності до принципів його раціональної організації.

В умовах виробництва потоковий метод здійснюється із використанням *потокових ліній, тобто сукупності робочих місць, розташованих за ходом технологічного процесу та призначених для виконання закріплених за ними операцій.*





Організація потокового виробництва є досить затратним проектом. Тому для забезпечення його ефективності слід дотримуватись таких вимог:

- 1) наявність крупносерійного або масового виробництва, коли продукція виробляється тривалий час і великими партіями;
- 2) незмінна конструкція виробу і технологія його виготовлення;
- 3) використання прогресивної технології;
- 4) можливість механізації і автоматизації технологічного процесу;
- 5) можливість раціонального розміщення робочих місць;
- 6) прогресивна організація обслуговування робочих місць.

Основними параметрами поточкових ліній є:

- **такт поточної лінії (r)** – це інтервал часу за який сходять з лінії суміжні деталі або готові вироби:

$$r = \Phi_{пл} / N, \text{ хв.},$$

де $\Phi_{пл}$ - плановий фонд робочого часу в розрахунковому періоді, хв.;

N - обсяг виробництва продукції у тому ж періоді, нат.од.;

- **ритм поточної лінії (R)** – це інтервал часу між сходженням з лінії суміжних партій виробів або деталей (розраховується при передачі виробів з однієї операції на іншу партіями):

$$R = p \times r,$$

де p – розмір передавальної партії виробів або деталей;

- **крок поточної лінії (l)** – відстань між центрами двох суміжних виробів або деталей на конвеєрі, м;
- **швидкість руху конвеєра (V):**

$$V = l / r, \text{ м/хв.},$$

- **кількість робочих місць (n_i)** визначається для кожної із технологічних операцій:

$$n_i = t_i / r,$$

де t_i – тривалість i -ої операції, хв.

- **довжина поточної лінії (L):**

$$L = n_{заг} \times l,$$

де $n_{заг}$ – загальна кількість робочих місць на конвеєрі.

Ефективність потокового виробництва забезпечується чіткою організацією виробничого процесу, значною часткою механізованих робіт, високою продуктивністю праці, незначними залишками незавершеного виробництва і скороченням тривалості виробничого циклу. Ці чинники

впливають на зменшення витрат на виробництво і підвищення його рентабельності.

Разом з тим, висока диференціація технологічних процесів породжує вузьку спеціалізацію, монотонність праці за конвеєром, відсутність творчих елементів у ній. Це не узгоджується з необхідністю підвищення кваліфікаційного рівня робітників, потребами їх саморозвитку і професійного вдосконалення.

Потокове виробництво певним чином обмежує постійне оновлення продукції, динамічність виробництва через свою прив'язку до конструктивної сталості продукції, технології її виготовлення і використовованого обладнання.

Зазначені недоліки в певною мірою нейтралізуються завдяки сучасним **тенденціям розвитку потокового виробництва**.

Вони полягають у створенні автоматичних поточкових ліній, які дозволяють уникнути рутинності в роботі працівників, «беруть на себе» виконання усіх технологічних операцій з обробки предметів праці та їх транспортування.

Постійне оновлення продукції відповідно до потреб ринку та напрямків розвитку науково-технічного прогресу відбувається завдяки використанню обладнання з числовим програмним управлінням (ЧПУ), багатофункціональних роботів – маніпуляторів, автоматичних транспортних засобів, керованих за допомогою комп'ютерних технологій складів та ін. Це дає можливість створювати *гнучкі виробничі системи* (ГВС), які поєднують у собі високу продуктивність поточкового і гнучкості непоточкового виробництва. За ними майбутнє у напрямку вдосконалення організації виробничих процесів.

3. Поняття виробничого циклу, його структура

Виробничий процес у *часі* характеризується структурою і тривалістю виробничого циклу.

Виробничий цикл – це проходження протягом певного часу виробом або партією виробів усіх стадій виробничого процесу і перетворення їх на готовий продукт

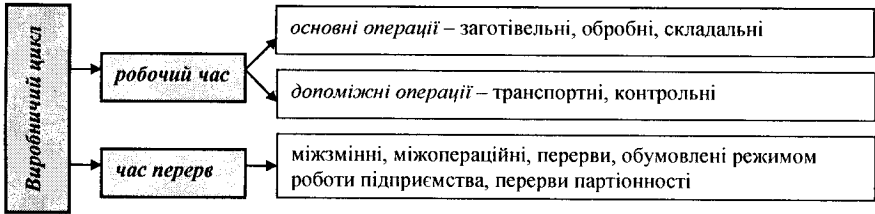
Тривалість виробничого циклу ($T_{ц}$) визначається в одиницях календарного часу (години, дні, місяці).

Виробничий цикл складається із *часу обробки* ($T_{об}$) як сукупності часу виконання *виробничих операцій* (технологічних, контрольних, транспортних, вантажно-розвантажувальних, складських, природних тощо) та *часу пролежування* ($T_{пр}$) як сукупності часу на перерви для створення запасів, на перерви, обумовлені нерівномірністю виробництва, а також міжзмінних та інших перерв.

Кожен виріб у виробничому процесі може перебувати лише у двох станах – обробки або пролежування, а тривалість виробничого циклу можна знайти:

$$T_{ц} = T_{об} + T_{пр}.$$

Загалом *структуру виробничого циклу* можна представити:



Скорочення тривалості виробничого циклу має велике економічне значення, оскільки впливає на зменшення потреби в оборотних коштах внаслідок прискорення їх оборотності, темпи випуску продукції, використання виробничих площ, устаткування та інших основних фондів, підвищення продуктивності праці, зменшення трудомісткості виробів, зниження витрат.

Оскільки виробничий цикл складається з двох видів часу, то можна визначити *два основні напрями скорочення тривалості виробничого циклу*: часу обробки і часу пролежування.

Скорочення $T_{об}$ досягається за рахунок технічних (для основних операцій) і частково організаційних (для допоміжних операцій) заходів. До технічних заходів належить використання різних пристроїв для зменшення витрати часу на обробку; до організаційних – заходи, які сприяють зміні організації виробничого процесу і робочого місця.

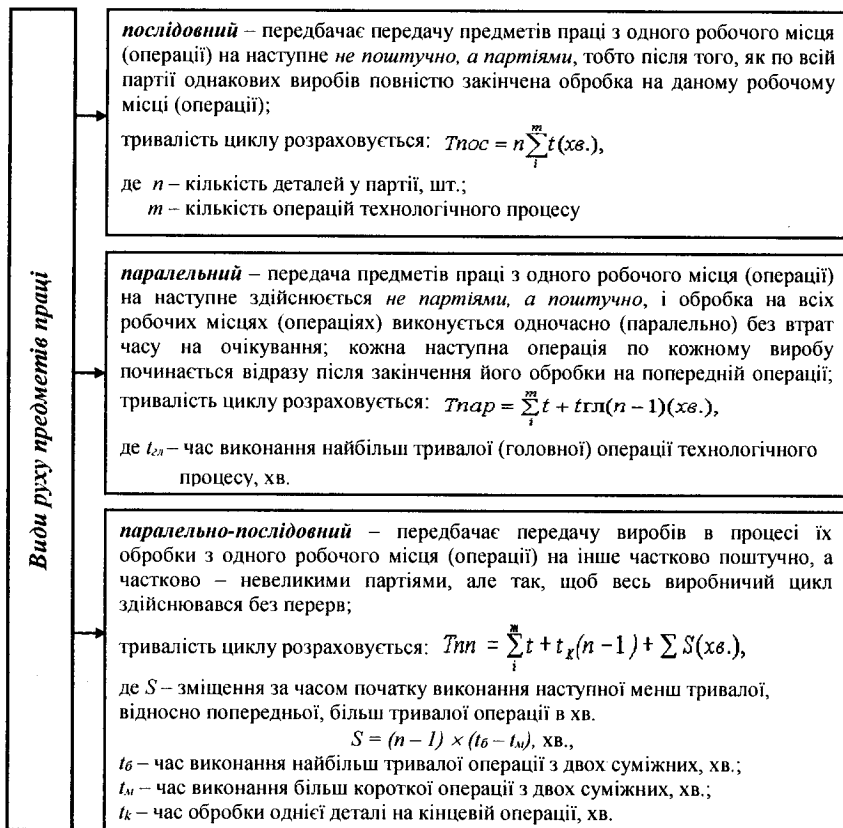
Скорочення $T_{пр}$ досягається зміною *виду руху предметів праці* у виробництві.

Види руху предметів праці – це порядок обробки та переміщення в технологічній послідовності сировини, напівфабрикатів до робочих місць по операціях

Технологічні операції можуть мати різну тривалість, їх необхідно поєднати між собою для забезпечення єдності виробничого процесу. Залежно від способу такого поєднання, розрізняють такі види руху предметів праці:

1. *Послідовний вид руху* предметів праці використовується у непотоковому виробництві при обробці невеликих партій продукції.
2. *Паралельний вид руху* характеризується тим, що такт виробничого процесу визначається тривалістю головної операції, а решта операцій виконуються з перервами, «підлаштовуючись» під тривалість головної операції. Це спричиняє виникнення простоїв машин та робітників, яке може бути усунуте синхронізацією операцій шляхом збільшення робочих місць на більш тривалих операціях.
3. *Паралельно-послідовний (змішаний) вид руху* предметів праці характеризується тим, що обробка виробів на кожній наступній операції починається раніше, ніж закінчується обробка всієї партії на

попередній операції. Тому має місце деякий час для накопичення невеликої партії виробів після виконання першої операції для усунення перерв між обробкою окремих виробів партії на другій операції. Цей час очікування виконання другої операції над першим виробом називається *часом зміщення початку операції* (S).



Перша мета – якість, а прибуток сам прийде.

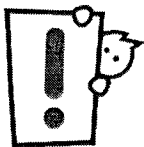
Сіріл Норкот Паркінсон

4. Поняття якості продукції, необхідність та значення її підвищення

В умовах кількісного насичення ринку і засобами праці, і предметами споживання, і різноманітними послугами особливо важливими для виробничих підприємств є питання підвищення якості продукції.

Якість продукції – це сукупність властивостей, які зумовлюють її придатність задовольняти певні потреби споживачів відповідно до призначення

Якість продукції пов'язана із *споживною вартістю* товару, але ці поняття не тотожні.



Споживна вартість характеризує задоволення певної потреби споживачів, корисність речі. Але одна і та ж сама споживна вартість може у різній мірі задовольнити потребу споживача. Тому якість характеризує міру задоволення цієї потреби, ступінь корисності товару, яка може бути виявлена лише в процесі споживання (експлуатації)

Наприклад, комп'ютерна техніка задовольняє одну із потреб споживача у швидкому одержанні та обробці різноманітної інформації, але якість цієї техніки характеризується низкою показників (надійність, довговічність, швидкодія та ін.), які можуть бути оцінені лише в процесі використання техніки.

Слід розрізняти поняття якості продукції та поняття її технічного рівня. Поняття *технічного рівня* за змістом вужче від поняття якості, оскільки охоплює сукупність лише техніко-експлуатаційних характеристик продукції. Показники технічного рівня є важливими та оцінюються при проєктуванні нових засобів праці (машин, приладів, транспортних засобів та ін.).

Необхідність поліпшення якості продукції в сучасних умовах диктується такими обставинами:

- *потребами науково-технічного прогресу*; сучасні технології породжують критичні режими роботи (високі швидкості, тиск, температури, умови вакууму тощо), а це викликає необхідність підвищення якісних характеристик сировини, матеріалів, приладів, обладнання, пошуку і використання нових джерел енергії;
- *зміною споживчих запитів населення*; при кількісному насиченні ринку різноманітними товарами зростають вимоги споживачів до їх якісних характеристик, виникають цілком нові потреби споживачів, а це обумовлює розширення номенклатури і асортименту товарів, появу продукції з новими якісними параметрами;
- *нестачею або обмеженістю природних ресурсів*; при сучасних масштабах виробництва підвищення корисної дії, довговічності машин і обладнання, ріст коефіцієнта використання сировини є рівноцінним збереженню значної кількості матеріальних і природних ресурсів, економії суспільної праці; *наприклад*, в Україні останнім часом загострилась проблема забезпечення енергоносіями, це викликало необхідність пошуку альтернативних шляхів енергозабезпечення, розробки енергозберігаючих технологій тощо, тобто

необхідність пошуку сировини, обладнання з новими якісними характеристиками;

- *розвитком зовнішньої торгівлі*; вихід на зовнішні ринки диктує необхідність виготовлення продукції, яка б відповідала міжнародним стандартам якості та безпеки, тому підвищення якості продукції вітчизняних виробників є незаперечною вимогою в контексті зовнішньоекономічних торговельних відносин.

Значення підвищення якості продукції полягає в тому, що недостатній рівень якості має негативні економічні, соціальні та екологічні наслідки.

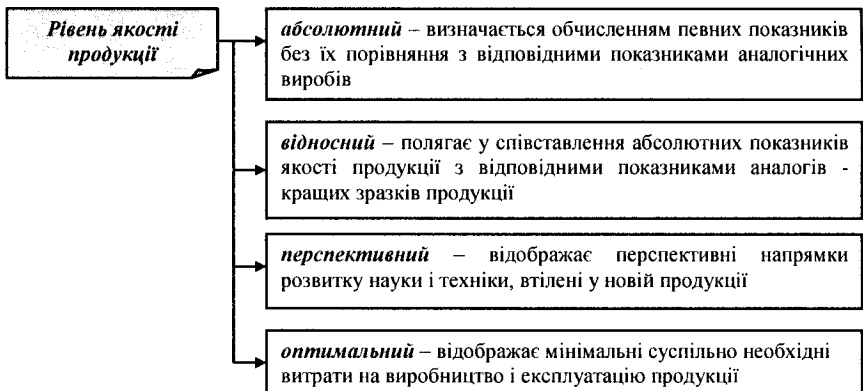
Економічні наслідки обумовлені втратами матеріальних, трудових ресурсів, затрачених на виготовлення, транспортування і зберігання неякісної продукції. Продукція низької якості, *наприклад*, побутова техніка, вимагає додаткових витрат на ремонт. «Страждає» від виробництва низькоякісної продукції й виробнича інфраструктура, оскільки даремно витрачаються значні кошти на утримання складських приміщень, знищуються дороги при перевезеннях, залучаються значні ресурси на просування такої продукції на ринок тощо.

Соціальні наслідки пов'язані із падінням престижу вітчизняних товарів, зменшенням прибутковості підприємств і, як наслідок, неможливістю вирішення ряду соціальних питань своїх працівників, зниженням темпів зростання добробуту населення та ін.

Екологічні наслідки полягають у виникненні додаткових витрат на очищення водойм і повітряного басейну, земельних ресурсів, на оздоровлення населення через складну екологічну ситуацію; втраті продуктивності сільськогосподарського виробництва і т.д.

5. Показники і методи оцінки якості продукції

Для характеристики показників якості продукції насамперед необхідно оцінити її рівень.

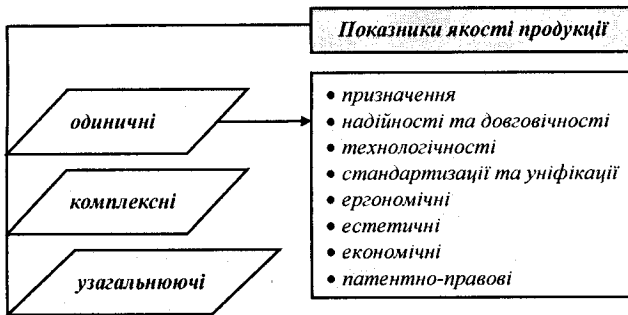


Залежно від кількості властивостей, які характеризуються, **показники якості** поділяються на:

- *одиничні*, які характеризують окремі властивості продукції;
- *комплексні* – характеризують групу властивостей продукції; за ними продукція поділяється на сорти, марки, класи;
- *узагальнюючі*, які характеризують якість усієї продукції підприємства (наприклад, коефіцієнт сортності, коефіцієнт оновлення асортименту, частка сертифікованої продукції, частка продукції, призначеної для експорту, питома вага браку та ін.).

Найбільш різноманітною є група **одиничних показників**.

Показники призначення характеризують пристосованість виробів до використання, сферу їх використання та корисний ефект. Для продукції виробничо-технічного призначення такими показниками можуть бути продуктивність, вантажопідйомність, місткість та ін.



Показники надійності та довговічності. Надійність – властивість виробу виконувати свої функції протягом певного часу із збереженням технічних параметрів та експлуатаційних характеристик (наприклад, частота відмов, ймовірність відмови, безвідмовність та ін.); довговічність – властивість виробу тривалий час в певних умовах і режимах експлуатації зберігати свою роботоздатність (наприклад, ресурс роботи, строк служби тощо).

Показники технологічності характеризують ефективність конструкції машин, технології їх виготовлення; їх дотримання забезпечує високу продуктивність праці при виробництві продукції та її ремонті, раціональний розподіл матеріалів, праці, часу при підготовці виробництва, виготовленні та експлуатації продукції.

Показники стандартизації та уніфікації характеризують ступінь використання при виготовленні продукції стандартних, уніфікованих та оригінальних деталей, блоків, вузлів. Чим менша кількість оригінальних елементів у виробі, тим краще для виробника і споживача продукції.

Ергономічні показники відображають взаємодію людини з виробом і враховують комплекс гігієнічних, антропометричних, фізіологічних та психологічних властивостей людини, які проявляються у виробничих та

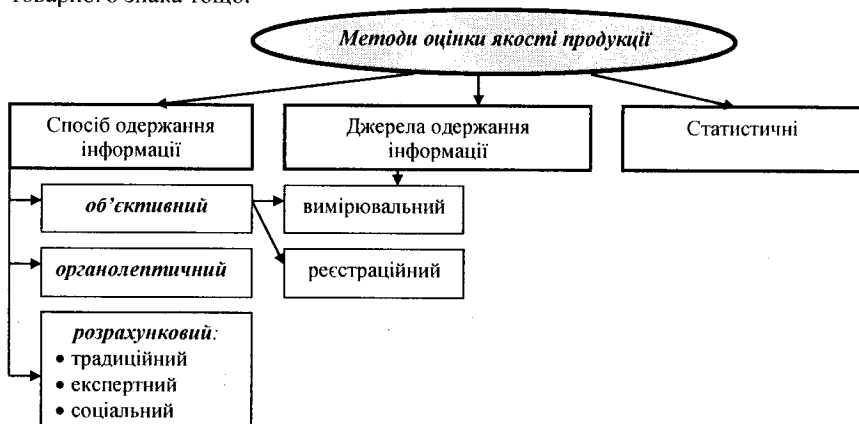
побутових умовах. До таких показників відносяться вібрація, освітлення, шум, вологість, температура, розташування пульта управління, викиди шкідливих речовин та ін.

Естетичні показники характеризують раціональність і красу форми виробу, цілісність його сприйняття, досконалість виконання, виразність, оригінальність, відповідність стилю та моді, гармонійність.

Економічні показники відображають витрати на розробку, виготовлення, експлуатацію та споживання продукції, економічну ефективність її використання; ілюструють співвідношення між ціною товару та сукупністю його експлуатаційних характеристик.

Патентно – правові показники характеризують патентну захищеність і патентну чистоту продукції.

Одиничні показники є важливими при визначенні конкурентоспроможності продукції; при їх оцінці слід враховувати наявність у виробі нових технічних, а також захищених патентами рішень, наявність реєстрації промислового зразка, товарного знака тощо.



Вимірювальний метод передбачає використання при оцінюванні якості продукції технічних засобів контролю, а *реєстраційний* - спостереження та підрахунок кількості предметів, випадків.

Органолептичний метод передбачає аналіз сприймань органами чуття людини споживачів властивостей товару.

Розрахунковий метод використовується при визначенні показників якості новостворених виробів. Він може бути *традиційним* (передбачає оцінку якості продукції у спеціальних лабораторіях, вимірювальних центрах, стендах тощо), *експертним* (використовується для оцінки естетичних показників якості групою фахівців-експертів), *соціальним* (якість продукції оцінюється на основі вивчення думки споживачів про неї).

Статистичні методи мають вибірковий характер і ґрунтуються на використанні методів математичної статистики.

6. Управління якістю продукції

Організація виробництва підприємством високоякісної продукції вимагає не лише відповідної матеріальної бази, кваліфікованого та зацікавленого персоналу, а й використання системи управління якістю продукції.

Управління якістю – це дії, спрямовані на встановлення, забезпечення та підтримку необхідного рівня якості продукції в процесі її проектування, виробництва і експлуатації

Система управління якістю продукції має багаторівневий і комплексний характер. Вона охоплює галузь, об'єднання, підприємство, цех і забезпечує єдність і взаємозв'язок технічного, організаційного, економічного, соціального і правового аспектів.

Управління охоплює усі основні елементи виробництва – засоби праці, предмети праці, саму працю. Саме вони безпосередньо впливають на забезпечення виробництва якісної продукції.

На підприємстві система управління якістю продукції є організаційною структурою, яка чітко розподіляє відповідальність, процедури, процеси і ресурси, необхідні для управління якістю.

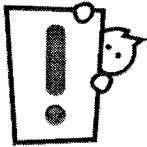
Складовими елементами механізму управління якістю на підприємстві є:

7. *Прогнозування виробництва високоякісної продукції.* ґрунтується на передбаченні досягнень науково-технічного прогресу, структурних зрушень у виробництві і споживанні товарів, змін у купівельній спроможності населення, співвідношення попиту і пропозиції.
8. *Планування якості продукції* – процес розробки і встановлення завдань щодо поліпшення споживчих властивостей продукції, а також заходів, які забезпечують можливість досягнення визначеного рівня якості продукції. Цей процес тісно пов'язаний з роботою науково-дослідних, проектно-конструкторських підрозділів, впровадженням новітніх технологій, нових стандартів продукції тощо.
9. *Стимулювання виробництва високоякісної продукції* – здійснюється встановленням певних надбавок до цін на продукцію високої якості, матеріального стимулювання працівників за досягнення високих показників в забезпеченні якості продукції (*наприклад*, виплата відсотків за кожен відсоток зменшення втрат від браку та ін.).
10. *Контроль за виробництвом продукції* включає систему заходів, які забезпечують дотримання вимог до виробництва на всіх без винятку стадіях створення продукції – від проектування до реалізації конкретним споживачам і тим самим гарантують випуск високоякісної продукції.
11. *Стандартизація і сертифікація продукції.*

Міжнародний досвід управління якістю продукції на підприємствах сьогодні реалізується через застосування *стандартів ISO серії 9000*, які були розроблені технічним комітетом ISO/TK 176 в результаті узагальнення

нагромадженого національного досвіду різних країн щодо розробки, впровадження та функціонування систем якості.

Ці стандарти є настановами з управління якістю та сукупністю загальних вимог щодо забезпечення якості, вибору і побудови елементів систем якості. Вони не стосуються конкретного сектора промисловості чи економіки.



Стандарти ISO серії 9000 містять опис елементів, які мають включатися до системи якості, але не порядок запровадження цих елементів конкретним підприємством чи організацією.

Склад, структура і шляхи впровадження систем якості повинні обов'язково враховувати конкретні цілі підприємства, специфіку його продукції, технологічних та інших процесів.

У відповідності з цими стандартами життєвий цикл самої продукції визначається як *петля якості* і складається з 11 етапів.



У стратегічному аспекті *управління якістю продукції* повинно орієнтуватися на такі ключові моменти:

- якість продукції повинна бути орієнтована на задоволення потреб споживачів, а не виробників;
- забезпечення якості має стати систематичним процесом, який пронизує всю організаційну структуру підприємства, а не є технічною функцією певного підрозділу;
- питання якості слід розглядати не лише в рамках виробничого циклу, а й в процесі маркетингу, наукових розробок, конструювання, післяпродажного обслуговування продукції та ін.;

- підвищення якості продукції тісно пов'язане із застосуванням нових технологій виробництва починаючи з автоматизації процесів проектування та завершуючи автоматичними вимірювання в процесі контролю якості;
- підвищення якості можна досягти лише зацікавленою участю працівників підприємства та відповідною його організаційною структурою.

7. Стандартизація і сертифікація продукції

Виробництво конкурентоспроможної продукції та постачання її на ринок повинно бути постійно керованим і в цьому процесі ключова роль належить стандартизації.

Стандартизація – це діяльність щодо встановлення положень, спрямованих на досягнення оптимального ступеня впорядкованості у певній сфері та призначених для загального і неодноразового використання

Стандартизація у галузі виробництва продукції (послуг) спрямована на створення норм, правил і вимог до якості самої продукції (послуг), технологій її проектування і виробництва та їх закріплення у відповідних нормативних документах.

Правові та організаційні засади стандартизації в Україні визначає *Закон України «Про стандартизацію» (2014 р.)*, *Декрет Кабінету Міністрів України «Про стандартизацію і сертифікацію» (редакція від 2011 р.)*.

Метою стандартизації в Україні є:

- 1) забезпечення відповідності об'єктів стандартизації своєму призначенню;
- 2) застосовність, сумісність, взаємозамінність об'єктів стандартизації;
- 3) забезпечення раціонального виробництва шляхом застосування визнаних правил, настанов і процедур;
- 4) забезпечення охорони життя та здоров'я;
- 5) забезпечення прав та інтересів споживачів;
- 6) забезпечення безпечності праці;
- 7) збереження навколишнього природного середовища та економія усіх видів ресурсів;
- 8) усунення технічних бар'єрів у торгівлі та запобігання їх виникненню, підтримка розвитку і міжнародної конкурентоспроможності продукції.

Об'єктами стандартизації є продукція, процеси, послуги, зокрема, матеріали, складники, обладнання, системи, їх сумісність, правила, процедури, функції, методи чи діяльність, персонал і органи, а також вимоги до термінології, позначення, фасування, пакування, маркування, етикетування.

Суб'єктами стандартизації є:

- ❖ центральний орган виконавчої влади, який забезпечує формування державної політики у сфері стандартизації;
- ❖ центральний орган виконавчої влади, який реалізує державну політику у сфері стандартизації;

- ❖ національний орган стандартизації;
- ❖ технічні комітети стандартизації;
- ❖ підприємства, установи та організації, що здійснюють стандартизацію.

Згідно згаданого закону основними нормативними документами є *стандарт, кодекс ustalеної практики і технічні умови*.

Стандарт – нормативний документ, прийнятий відповідним органом, який встановлює правила, настанови та характеристики щодо діяльності або її результатів, та спрямований на досягнення оптимального ступеня впорядкованості у певній сфері

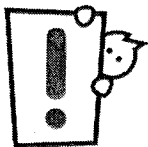
Стандарт може містити вимоги до термінології, позначок, пакування, маркування чи етикетування, які застосовуються до певної продукції, процесу чи послуг.

Кодекс ustalеної практики – нормативний документ, який містить практичні правила або процедури проектування, виготовлення, монтажу, технічного обслуговування, експлуатації обладнання, конструкцій чи виробів.

Принципи
стандартизації

- забезпечення участі фізичних і юридичних осіб у розробці стандартів;
- відкритість і прозорість процедур розробки і прийняття стандартів;
- добровільне застосування стандартів, якщо інше не передбачено нормативно-правовими актами;
- відповідність стандартів чинному законодавству;
- адаптація до сучасних досягнень науки і техніки, сприяння впровадженню інновацій та підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних виробників;
- доступність національних стандартів, а також інформації про них для користувачів;
- пріоритетність прийняття в Україні міжнародних та регіональних стандартів як національних;
- дотримання міжнародних та регіональних правил і процедур стандартизації;
- участі у міжнародній та регіональній стандартизації;
- прийняття і дотримання суб'єктами стандартизації Кодексу добросовісної практики з розробки, прийняття та застосування стандартів відповідно до Угоди Світової організації торгівлі про технічні бар'єри у торгівлі

Технічні умови – нормативний документ, який встановлює технічні вимоги, яким повинні відповідати продукція, процеси або послуги.



Кодекс ustalеної практики і технічні умови можуть бути стандартом, частиною стандарту або окремим документом. Вони ґрунтуються на зазначених загальних принципах стандартизації.

Стандарти можуть бути:

- *міжнародні* – прийняті міжнародними органами стандартизації;
- *регіональні* – прийняті на відповідному регіональному рівні уповноваженими органами країн певного географічного або економічного простору, наприклад, азійського, європейського та ін.;
- *національні* – державні стандарти України, прийняті центральним органом виконавчої влади з питань стандартизації.

Міжнародні, регіональні та національні стандарти інших країн застосовуються в Україні відповідно до її міжнародних договорів.

Вітчизняні стандарти поділяються на:

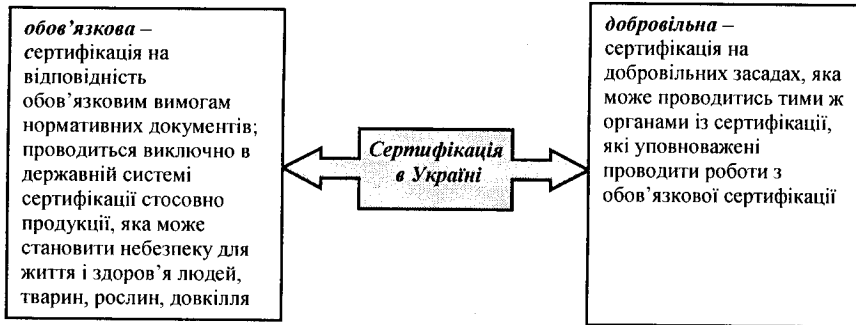
1. *Державні стандарти України (ДСТУ)* – містять обов’язкові та рекомендовані вимоги до продукції, процесів, способів вимірювань, метрологічних норм, термінів тощо. *Наприклад*, натуральність і безпечність морозива підтверджує ДСТУ - 4733.
2. *Галузеві стандарти (ГСТУ)* – розробляються на продукцію за відсутності державних стандартів України або у випадку необхідності встановлення вимог, які перевищують або доповнюють вимоги державних стандартів.
3. *Стандарти науково-технічних та інженерних товариств і спілок* – розробляються у разі необхідності поширення результатів фундаментальних і прикладних досліджень, одержаних в окремих галузях знань чи сферах професійних інтересів.
4. *Технічні умови (ТУ)* – містять вимоги, які регулюють відносини між постачальником (розробником, виробником) і споживачем (замовником) продукції.
5. *Стандарти підприємств* – розробляються на продукцію, яка використовується лише на конкретному підприємстві.

Іншою стороною процесу встановлення норм і вимог до продукції, процесів, процедур і т.д. та виявлення відповідності цим вимогам є ***сертифікація***.

Сертифікація – це процедура, за допомогою якої уповноважений орган документально засвідчує відповідність продукції, системи якості системи управління довіллям, персоналу, встановленим законодавством вимогам

Сертифікація продукції здійснюється з метою:

- запобігання реалізації продукції, небезпечної для життя, здоров’я і майна громадян і навколишнього природного середовища;
- сприяння споживачеві в компетентному виборі продукції;
- створення умов для участі суб’єктів підприємницької діяльності в міжнародному економічному, науково-технічному співробітництві та міжнародній торгівлі.



Сертифікація завершується видачею *сертифіката*.

Сертифікат – це документ, який підтверджує відповідність вимогам конкретного стандарту або іншого нормативного документа якості продукції, системи якості, системи управління якістю тощо

Сертифікат може видаватись на продукцію, якщо встановлена її відповідність не лише стандартам, а й *технічним регламентам*. Їх сутність та використання визначена Законом України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності» (2015 р.).

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. Він також може містити вимоги до термінологій, позначень, пакування, маркування, етикетування, які застосовуються до певного процесу, способу виробництва, продукції.

Під час проведення сертифікації і в разі позитивного рішення органу із сертифікації заявникові видається сертифікат та право маркувати продукцію спеціальним знаком відповідності продукції національним стандартам – *національний знак відповідності*.

Форма, розміри і технічні вимоги до знаку відповідності визначаються державним стандартом. Знак відповідності не може бути застосований, якщо порушені правила його використання.

Цей знак має вигляд:



На продукцію іноземного походження вітчизняним законодавством передбачена видача *свідоцтва про визнання відповідності* – документа, який

засвідчує визнання іноземних документів про підтвердження відповідності продукції вимогам, встановленим законодавством України.

Укладання вітчизняними підприємствами міжнародних угод у сфері торгівлі неможливе без відповідності продукції певним стандартам і визнання результатів випробувань при здійсненні її сертифікації.

Роль *міжнародної стандартизації і сертифікації* у забезпеченні якості продукції полягає у тому, що вона створює єдину, зрозумілу у всіх країнах мову, за допомогою якої відображають нормативно-технічні засади та рівень якості на всіх етапах життєвого циклу продукції – від її створення до використання та утилізації.

Сьогодні на міжнародному ринку діють такі міжнародні організації зі стандартизації якості та сертифікації: Міжнародна організація зі стандартизації (ISO), Міжнародна електротехнічна комісія (МЕК), Міжнародний союз телекомунікації, Європейська організація з випробувань і сертифікації, Міжнародна рада зі стандартизації, метрології та сертифікації, Європейська організація з якості, Міжнародна асоціація якості, Український міжнародний фонд якості та ін.

У сучасних умовах міжнародні стандарти ISO серій 9000 та 10000 використовуються для створення та сертифікації систем якості не лише у виробничих галузях, а й галузях інфраструктури (транспорт, енергетика, зв'язок, будівництво, охорона здоров'я, освіта, торгівля та ін.).

Реалізує державну політику в галузі стандартизації і сертифікації *Державна інспекція України з питань захисту прав споживачів (Держспоживінспекція)*. Вона має широке коло повноважень, у тому числі *державного нагляду* за додержанням технічних регламентів, стандартів, норм і правил.

Система державного нагляду передбачає відповідальність суб'єктів господарювання за порушення стандартів, норм і правил, а саме матеріальну відповідальність у формі *штрафів*, розміри яких визначаються чинними нормативно-правовими актами.

Територіальними органами, в компетенції яких перебувають питання стандартизації і сертифікації продукції, є регіональні *інспекції з питань захисту прав споживачів*.

Економічна і соціальна ефективність стандартизації і сертифікації продукції полягає у підвищенні продуктивності живої та уречевленої праці. Цей критерій найбільш повно відображає реальну економічну корисність заходів стандартизації і сертифікації. *Наприклад*, використання високоякісних стандартизованих деталей і комплектуючих у надточному (прецизійному) виробництві у приладобудівній галузі дозволяє підвищити продуктивність у самому виробництві. Це відбувається через економію часу на виконання технологічних операцій з використанням таких деталей. Економія досягається також при експлуатації приладів через збільшення строку їх служби, зменшення витрат на ремонт, обслуговування та ін.

Мистецтво перемоги над конкурентом полягає в тому, щоб дивувати його там, де він кращий.

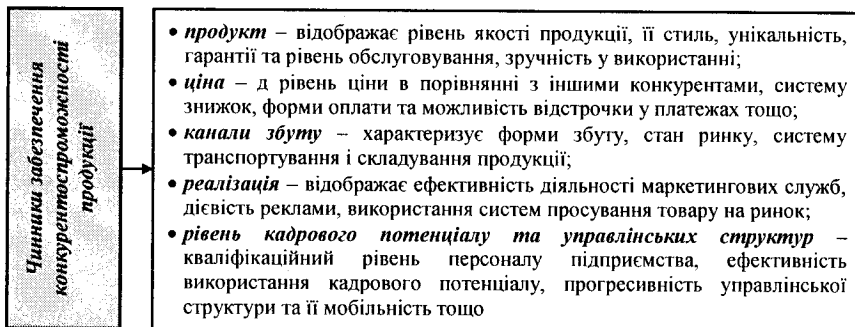
Альтенберг Петер

8. Конкурентоспроможність продукції, чинники її забезпечення і методика оцінки

Якість продукції є лише одним, проте найважливішим, елементом забезпечення її конкурентоспроможності на ринку.

Конкурентоспроможність – це характеристика продукції, яка відображає її відмінність від продукції-конкурента за ступенем задоволення конкретної потреби та витратами на його забезпечення

Конкурентоспроможність продукції є складним і містким поняттям як за своїм змістом, так і за чинниками впливу на неї.



Методика оцінки рівня конкурентоспроможності продукції (товару) як інтегрального результату дії широкого спектру чинників передбачає проведення розрахунків у кілька етапів:

1. Аналіз ринку і вимог споживачів з метою визначення номенклатури параметрів (нормативних, технічних, економічних), вибір найбільш конкурентоспроможного товару-зразка для порівняння.
2. Обчислення одиничних показників за окремими параметрами та визначення сукупності параметрів двох товарів для порівняння.
3. Розрахунок групових показників на основі одиничних, які у кількісному виразі відображають відмінність між характеристиками аналізованої продукції та потребами споживачів по окремій групі параметрів.
4. Визначення інтегрального показника по усіх групах параметрів в цілому, який вказує на рівень конкурентоспроможності аналізованого виробу.

Еталон для порівняння має належати до однієї групи товарів з аналізованим виробом, мати визначені умови використання і функціональне призначення, бути характерним для вибраного ринку і мати максимальну

кількість переваг для покупців. Товар-еталон повинен повністю відповідати нормативним вимогам майбутнього ринку.

Розрахунок нормативних параметрів для оцінки конкурентоспроможності забезпечується за допомогою альтернативного методу і застосований показник має лише два значення: 1 – якщо товар відповідає нормі;

0 – якщо не відповідає нормі.

Визначення групового показника, що характеризує відповідність ринковим потребам *технічних параметрів* (I_{m}) здійснюється за формулою:

$$I_m = \sum_{i=1}^n P_i Q_i,$$

де P_i – одиничний показник i -го технічного параметра;
 Q_i – вага i -го параметра в загальній їх сукупності;
 n – кількість параметрів, які підлягають оцінюванню.

Аналогічні розрахунки здійснюються щодо товару-конкурента (товару-еталону) і порівняння двох групових показників дозволяє визначити рівень конкурентоспроможності аналізованого товару за технічними параметрами. Такі розрахунки здійснюються за формулою:

$$K_m = \frac{I_{m1}}{I_{m2}},$$

де K_m – показник конкурентоспроможності товару за технічними параметрами;
 I_{m1}, I_{m2} – відповідні групові показники технічних параметрів порівнюваних товарів.

Груповий показник конкурентоспроможності за *економічними параметрами* (I_{en}) обчислюється за формулою:

$$I_{en} = \sum_{i=1}^n Z_i Q_i,$$

де Z_i – одиничний показник i -го економічного параметра.

Співвідношення групових економічних показників аналізованого товару і товару-еталона визначається за формулою:

$$K = \frac{I_{en1}}{I_{en2}},$$

де K_{en} – показник конкурентоспроможності товару за економічними параметрами;
 I_{en1}, I_{en2} – відповідні групові показники економічних параметрів порівнюваних товарів.

Інтегральний показник конкурентоспроможності товару (I_{kc}) обчислюється:

$$I_{kc} = \frac{K_m}{K_{en}}.$$

Якщо $I_{kc} > 1$, то виріб, який аналізується, має конкурентні переваги щодо товару-еталона; **якщо $I_{kc} < 1$** , то він поступається йому.

9. Економічна ефективність і шляхи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції

Економічна ефективність підвищення якості та конкурентоспроможності продукції пов'язана з усуненням тих негативних економічних, соціальних та екологічних наслідків, які виникають через недостатній рівень якості. Тому підвищення якості має значний *народногосподарський ефект*. Цей ефект враховує ефекти і від виробництва, і від експлуатації (споживання) продукції підвищеної якості.

Сукупний річний економічний ефект від підвищення якості продукції ($E_{\text{сукуп}}$) визначається як сума річних економічних ефектів при її виробництві і споживанні (експлуатації):

$$E_{\text{сукуп}} = E_v + E_c, \text{ грн.}$$

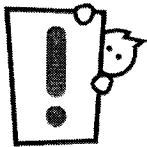
Річний економічний ефект у виробника продукції покращеної якості (E_v) може бути також обчислений як різниця приведених витрат на виробництво продукції покращеної і попередньої якості:

$$E_v = [(C_1 + R \times K_1) - (C_2 + R \times K_2)] \times N_n, \text{ грн.},$$

де C_1, C_2 – собівартість виготовлення одиниці продукції відповідно попередньої і покращеної якості, грн.;

K_1, K_2 – питомі капіталовкладення у виробництво продукції відповідно попередньої і покращеної якості, грн.

N_n – обсяг продукції підвищеної якості, нат. од.



Економічний ефект у виробника продукції підвищеної якості може мати від'ємне значення, тому підприємство змушене змінити ціну виробу, щоб забезпечити собі необхідний рівень рентабельності виробництва.

В такому разі економічний ефект можна обчислити як $\Delta\Pi_n$:

$$\Delta\Pi_n = [(Ц_2 - C_2) - (Ц_1 - C_1)] \times N_n, \text{ грн.},$$

де $\Delta\Pi_n$ – додатковий прибуток за рахунок підвищення ціни на продукцію підвищеної якості, грн.;

$Ц_1, Ц_2$ – відповідно ціна одиниці продукції нижчого і вищого сорту, грн.;

C_1, C_2 – собівартість одиниці продукції нижчого і вищого сорту, грн.

Аналогічно обчислюється додатковий прибуток за рахунок підвищення сортності продукції.

Річний економічний ефект у споживачів продукції більш високої якості (E_c) може бути обчислений як зміна річної величини одноразових і поточних витрат:

$$E_c = [R \times (K_1' \times \alpha_0 - K_2') + (C_1' - C_2')] \times N_n, \text{ грн.},$$

де K_1, K_2 – питомі капітальні вкладення на придбання і експлуатацію виробів попередньої і підвищеної якості, грн.;

C_1, C_2 – річна сума експлуатаційних витрат по виробках попередньої і покращеної якості, грн.;

α_0 – коефіцієнт еквівалентності (спряження) старої продукції новій за корисним ефектом (продуктивності, терміну служби тощо).

В деяких галузях промисловості якість продукції оцінюється за сортами з використанням **коефіцієнтів сортності (K_c)**:

$$K_c = \frac{N_1 \times I_{I_1} + N_2 \times I_{I_2}}{(N_1 + N_2) \times I_{I_2}},$$

де N_1, N_2 – відповідно випуск продукції нижчого і вищого сорту, нат. од.

Шляхи підвищення якості і конкурентоспроможності продукції поділяються на:

- **виробничо-технічні** (вдосконалення проектування, використання сучасних техніки, технології, вхідний контроль якості сировини, матеріалів і комплектуючих, поліпшення стандартизації);
- **організаційні** (вдосконалення організації виробництва і праці, методів технічного контролю, підвищення кваліфікації кадрів, дотримання технологічної і виробничої дисципліни, забезпечення загальної культури виробництва);
- **економічні** (система прогнозування і планування якості, встановлення прийнятних для виробника і споживача цін, економічне стимулювання виробництва високоякісної продукції);
- **соціальні** (правильна кадрова політика, створення належних умов праці і відпочинку, мотивація праці, активізація людського чинника).

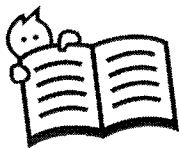
В умовах ринку лише комплексне використання перелічених можливостей забезпечать виробництво якісної і конкурентоспроможної продукції.



Питання для самоконтролю

1. Чому одиничне виробництво вимагає універсального обладнання та робітників-універсалів?
2. Охарактеризуйте непотоковий метод організації виробничого процесу та сферу його застосування. Наведіть приклади.
3. Що таке «потокова лінія»? Які є види поточкових ліній? Назвіть сфери їх використання.
4. Якими є основні вимоги до організації поточкового виробництва?
5. Чим відрізняються такт і ритм поточної лінії?
6. З яких елементів складається виробничий цикл?
7. Чи є тотожними поняття «якість продукції» і «споживна вартість продукції»? Поясніть.
8. У чому полягає значення підвищення якості продукції?
9. Коротко охарактеризуйте одиничні показники якості продукції.

10. Які, на вашу думку, найбільш достовірні методи оцінки якості продуктів харчування? Чому?
11. Що таке «петля якості»? Поясніть.
12. Охарактеризуйте сучасну систему вітчизняних стандартів.
13. Національний знак відповідності. Хто і коли має право його використовувати?
14. Якими є основні чинники забезпечення конкурентоспроможності продукції?
15. Як обчислюється економічний ефект від підвищення якості продукції у її виробників та споживачів?



Література

1. Архангельский В.І. Інтегроване керування виробництвом: Організаційні та технологічні аспекти менеджмента підприємствами / В.І. Архангельский, І.М. Богаєнко та ін. – К.: Техніка, 2005. – 328 с.
2. Бичківський Р.В. Управління якістю: навч. посіб. / Р.В. Бичківський. – Львів: ДУ «Львівська політехніка», 2000. – 329с.
3. Боженко Л.І. Управління якістю, основи стандартизації та сертифікації продукції: навч. посіб. / Л.І. Боженко, О.Й. Гурта. – Львів: Афіша, 2001. – 157 с.
4. Бойко Л.Г. Економіка та організація виробництва. Конспект лекцій для самостійного вивчення дисципліни / Укл.: Бойко Л.Г. – Харків: ХНАМГ, 2008. – 194 с.
5. Бойчик І.М. Економіка підприємства: навч. посіб. Вид. 2-ге, доп. і перер./ І.М. Бойчик. – К.: Атіка, 2006. – 528 с.
6. Бутенко Н.В. Маркетинг: підруч. / Н.В. Бутенко. – К.: Атіка, 2008. – 300 с.
7. Вайсман В.А. Методологические основы управления качеством: факторы, параметры, измерение, оценка / В.А. Вайсман, В.Д. Гогунский, В.М. Тонконогий // Сучасні технології в машинобудуванні: зб. наук.праць. - Вип. 7 / редкол.: В.О. Федорович (голова) [та ін.]. – Харків: НТУ «ХП», 2012. – С.160-165.
8. Васильков В.Г. Організація виробництва: навч. посіб. / В.Г. Васильков. – К.: КНЕУ, 2003 – 524 с.
9. Горелова Д.О. Організація виробництва: конспект лекцій. / О.Д. Горелова. – Харків: ХНАДУ, 2012. – 544с.
10. Грецька Г.М. Організація виробництва: конспект лекцій / Укл. Г.М. Грецька. – Харків: ХНАМГ, 2009. – 197 с.
11. Гриньова В.Н. Організація виробництва: навч. посіб. / В.Н. Гриньова, М.М. Салун. – Харків: ВД «ННЖЕК», 2005. – 552 с.
12. Декрет Кабінету Міністрів України «Про стандартизацію і сертифікацію» (Редакція від 04.07.2014 р.). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/46-93>
13. Енциклопедія маркетингу. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.marketing.spb.ru/read/m19/index.htm>.
14. Економіка підприємства: підруч. / За ред.С.Ф. Покропивного. Вид.2-ге перер. та доп. – К.: КНЕУ, 2005. – 528 с.
15. Економіка та організація виробництва: підруч./ За ред. В.Г. Герасимчука, А.Е. Розенплентера. – К.: Знання, 2007. - 678 с.
16. Єськов П.О. Українська асоціація якості – запорука якості в Україні / П.О. Єськов // Факти. – 25.10.2005. – С.3-4.
17. Жван В.В. Конспект лекцій з курсу «Організація виробництва / В.В. Жван. – Харків: ХНАМГ, 2009. – 217 с.

18. Закон України «Про стандартизацію» (Редакція від 11.02.2015р.). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1315-18>
19. Закон України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності» від 15.01.2015 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/124-19>
20. Кардаш В.Я. Маркетинговая товарная политика / В.Я. Кардаш. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://studentbooks.com.ua/content/view/full/112/44/1/5/>
21. Козик В.В., Гавриляк А.С. Організація виробництва: навч. посіб. – Серія «Дистанційне навчання», № 29. / В.В. Козик, А.С. Гавриляк. – Львів: Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2005. – 160с.
22. Козловський В.О. Організація виробництва: практикум: навч. посіб. Част.1. – Вид. 2-ге, доп. та перероб. / В.О.Козловський. – Вінниця: ВНТУ, 2005 – 154 с.
23. Колесникова Е.В. Разработка марковской модели состояний проектно управляемой организации / Е.В. Колесникова, В.А.Вайсман, С.А.Величко // Суч. технології в машинобуд.: зб.наук. праць. – Вип. 7. – НТУ «ХП», – 2012. – С.217-223.
24. Король С.А. Показники якості продукції та методи її оцінювання / С.А. Король // Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво». – 2013. – № 2 (71). – С.140-150.
25. Клейнер Г. Механізми прийняття стратегічних рішень і стратегічне планування на підприємствах / Г. Клейнер // Питання Економіки. – 2002. – № 9. – С.46-65.
26. Ліпич Л.Г. Організація виробництва: навч. посіб. / Л.Г. Ліпич, В.О. Морозов, А.Т. Московчук. – Луцьк: Ред. Видав. Відділ ЛДТУ, 2002. – 256.
27. Онищенко В.О. Організація виробництва: навч. посіб. / В.О. Онищенко, О.В. Редкін, А.С. Старовірець, В.Я. Чевганова. – К.: Лібра, 2008. – 336 с.
28. Пасічник В.Г. Організація виробництва. навч.-метод. посіб. / В.Г. Пасічний, О.В. Акіліна. – К.: ЦНЛ, 2005. – 248с.
29. Петрович Й.М. Організація підприємництва: підруч. / Й.М. Петрович, Г.М. Захарчин. – Львів: «Магнолія плюс», 2004. – 400 с.
30. Плоткин Я.Д. Організація і планування виробництва на машинобудівному підприємстві: навч. видання / Я.Д. Плоткін, О.К. Янушкевич. – Львів: Світ, 1996. – 352с.
31. Салухіна Н.Г. Стандартизація та сертифікація товарів і послуг: підруч. / Н.Г. Салухіна, О.М. Язвінська. – К.: ЦУЛ, 2010. – 336 с.
32. Тельнов А.С. Організація виробництва. Конспект лекцій для студентів економічних спеціальностей. – 2-е вид., доп. / А.С. Тельнов – Хмельницький, 2002. – 141с.
33. Телятник С.В. Економіка та організація виробництва: навч. посіб. / С.В. Телятник. – Харків: ХНАМГ, 2011. – 205 с.
34. Тяп Р.Б., І.В.Багрова. Організація виробництва: навч. посіб. – Київ: ЦНЛ, 2005. – 248 с.
35. Шаповал М.І. Менеджмент якості: навч. посіб. / М.І.Шаповал. – К., 2007. – 471 с.
36. Шаповал М.І. Основи стандартизації, управління якістю і сертифікацією: підруч. – 3-е вид., перер. і доп. / М.І. Шаповал. – К.: Вид-во Європ. Ун-ту, 2001. – 174 с.
37. Щелкунов В.І. Економіка і організація виробництва. Модуль 1, 2. Курс лекцій / В.І. Щелкунов, Е.Д. Дмитренко, Н.М. Пінчук, Л.О. Городецька, О.В. Різниченко, Л.І. Перевозчикова. – За ред. В.І. Щелкунова. – К.: НАУ, 2006. – 96 с.

ТЕМА 14. ВИТРАТИ НА ВИРОБНИЦТВО ТА РЕАЛІЗАЦІЮ ПРОДУКЦІЇ

Питання для теоретичної підготовки

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.

**Ключові
терміни і
поняття**

операційні витрати, інвестиційні витрати, фінансові витрати, бухгалтерські витрати, економічні витрати, статті витрат, елементи витрат, собівартість продукції, кошторис, калькуляція, види собівартості, показники собівартості, Єдиний соціальний внесок, методи формування кошторису витрат, калькуляційна одиниця, методи калькулювання собівартості, ціна, функції цін, види цін, виробничі ціни, споживчі ціни, гуртова ціна, роздрібна ціна, тарифи, державні ціни, ціни «франко», податок на додану вартість, акцизний збір, ціноутворення, методи ціноутворення, концепція беззбитковості

*Без сумніву, ощадливість краща марнотратності,
але незаперечно, що вона гірша корисної витрати.*

Генрі Форд

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*. 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 формально не несе грошових витрат. Економічні витрати підприємства «перевищують» бухгалтерські на величину неявних (їх часто називають «внутрішніми») витрат.

Витрати підприємства

операційні (поточні) – це витрати операційної діяльності підприємства, тобто його основної діяльності, пов'язаної з виробництвом та реалізацією продукції, яка забезпечує основну частку його доходу;

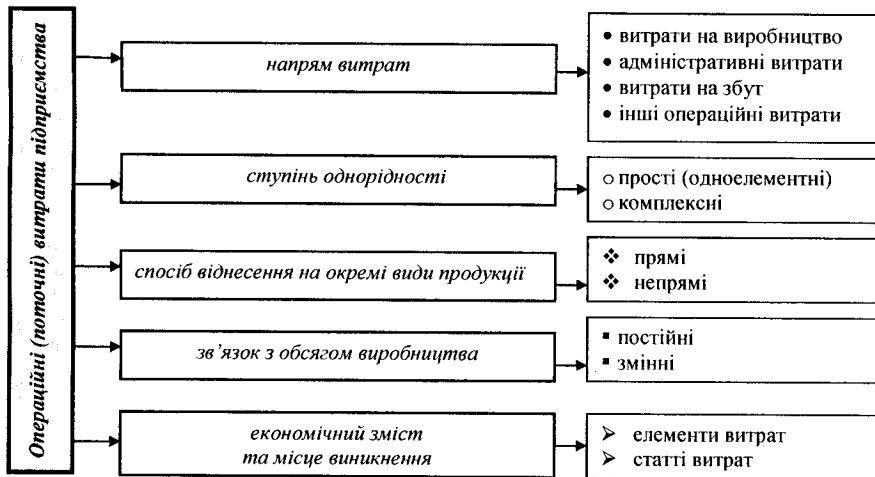
частина операційних витрат є повторюваними (циклічними), наприклад, витрати на сировину і матеріали, заробітну плату тощо; інші – мають місце постійно і незалежно від виробництва, наприклад, утримання управлінського персоналу, приміщень, споруд тощо

інвестиційні – це витрати, пов'язані з довгостроковими вкладеннями підприємством свого капіталу з метою отримання прибутку (капітальне будівництво, реконструкція підприємства, розширення виробництва, придбання довгострокових цінних паперів та ін.

фінансові – це витрати на сплату відсотків за отримані кредити, позики; на сплату коштів фінансовим посередникам за розміщення на первинному ринку цінних паперів (акцій, облігацій), витрати на емісію тощо



Найбільшими за питомою вагою і найскладнішими за структурою є операційні (поточні) витрати підприємства. Вони класифікуються за низкою 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 обладнання та ін.

Адміністративні витрати – це витрати підприємства на утримання адміністративно-управлінського персоналу, основних засобів загальногосподарського призначення, витрати на комунальні послуги і послуги 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.

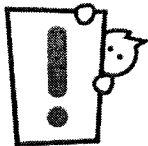
Інші операційні витрати включають витрати підприємства на орендні платежі за орендоване майно, витрати на покриття безнадійних та сумнівних боргів підприємству, витрати на виробничі запаси, реалізовані на сторону, суми втрат від знецінення запасів, нестач і псування товарно-матеріальних цінностей та ін.

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

Прямі – безпосередньо пов'язані з виготовленням даного виду продукції 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 паливо; змінні витрати поділяються на *пропорційні* та *непропорційні*.

Важливою є класифікація витрат за економічними елементами і статтями витрат.

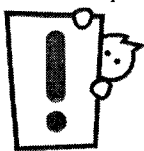


За економічними елементами витрати формуються відповідно до їх економічного змісту. Вони є однаковими для всіх галузей і на їх основі складається кошторис витрат на виробництво.

Елементи витрат на виробництво включають:

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

2. Оплата праці (всі форми заробітної плати штатного і позаштатного виробничого персоналу підприємства).
3. 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).
4. Амортизація основних, фондів (амортизаційні відрахування за встановленими нормами від їх вартості, інших необоротних матеріальних активів та нематеріальних активів).
5. 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).

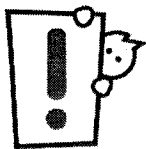


Статті витрат – це витрати, які відрізняються між собою функціональною роллю у виробничому процесі та місцем виникнення. За статтями витрат формується собівартість одиниці продукції, тобто її калькуляція.

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. Відрахування на соціальні заходи виробничих робітників (тепер – Єдиний соціальний внесок).
5. Загальновиробничі витрати.
6. Адміністративні витрати.
7. Підготовка і освоєння 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, виготовлення 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 економічної ефективності організаційно-технічних заходів, встановлення цін на продукцію. *Зниження собівартості є основним джерелом зростання прибутку підприємства.*

Для підприємства важливо визначити витрати, які відшкодовуються 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, виявленням величини попиту на продукцію;
- ❖ підготовку та освоєнням виробництва нової продукції;
- ❖ сам процес виробництва продукції;
- ❖ обслуговування виробничого процесу та управління ним;
- ❖ збут продукції;
- ❖ набір та підготовку кадрів;
- ❖ удосконаленням процесу виробництва та праці, підвищенням його ефективності (крім капітальних витрат);
- ❖ дослідження, використання та охорону природних ресурсів.

Планова собівартість визначається перед початком планового періоду на основі прогресивних норм витрат ресурсів та діючих цін на ресурси в момент 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.

Види собівартості

- | | |
|---|--|
| 1. За часом формування витрат: | - планова
- фактична
- нормативна
- кошторисна |
| 2. За місцем (послідовністю) формування витрат: | - цехова
- виробнича
- повна |
| 3. За тривалістю розрахункового періоду: | - місячна
- квартальна
- річна |
| 4. За складом продукції: | - товарної продукції
- валової продукції
- реалізованої продукції
- незавершеного виробництва |
| 5. За ступенем охоплення підприємств: | - індивідуальна
- галузева |

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).

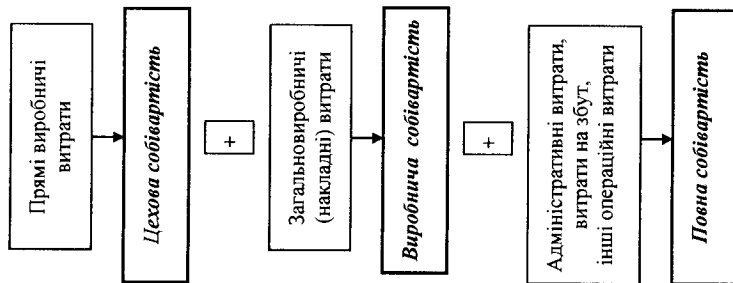
Виробнича собівартість продукції охоплює витрати на виробництво продукції в межах усього підприємства, тобто як прямі, так і накладні виробничі витрати (витрати на енергію на технологічні цілі, витрати на утримання і експлуатацію обладнання, амортизація будівлі виробничого корпусу тощо).

Виробнича собівартість включає виробничі **накладні витрати**, які називаються «загальноновиробничими». 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.

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

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

«Алгоритм» формування повної собівартості продукції такий:



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 підприємства на виробництво і реалізацію продукції, а **галузева ($C_{сг}$)** – середні у галузі витрати на виробництво і реалізацію продукції; вона визначається за формулою:

$$C_{сг} = \frac{\sum_{i=1}^n C_i \times N_i}{\sum_{i=1}^n N_i},$$

де C_i - собівартість певного виду продукції на i -ому підприємстві, грн.;
 N_i - кількість виготовленої продукції певного виду на i -му підприємстві, нат.од;
 n - кількість підприємств у галузі, що виготовляють даний вид продукції.

Показниками собівартості продукції, які використовуються в господарській практиці, є:

1) витрати на 1 грн. товарної продукції ($B_{1 \text{ грн. тп}}$):

$$B_{1 \text{ грн. тп}} = C_{\text{тп}} / Q_{\text{тп}} \text{ коп./грн.},$$

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

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

- 2) *собівартість окремих видів продукції*; визначається на основі калькуляцій;
- 3) *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 виробництво складається кошторис цих витрат.

Кошторис витрат – це загальна сума витрат підприємства за усіма видами ресурсів, які будуть використані у плановому періоді незалежно від місяця 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 та ін.);
- 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 зі скороченням штатів або 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 фіскальну службу України (ДФС 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:

- Пенсійного фонду;
- 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 виробничих фондів у певному році. Ці витрати також включають амортизаційні 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 величину собівартості, 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 враховує усі операційні витрати планового періоду.

Кошториси можуть розроблятися і за *статтями витрат*. Такі кошториси дозволяють узгодити їх з кошторисом загальновиробничих витрат, 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.

**Методи
формування
кошторису**

- ✓ *кошторисний* – кошторис формується на основі розрахунку витрат у межах усього підприємства за даними інших розділів плану
- ✓ *зведений* - кошторис формується шляхом сумування кошторисів витрат виробництва окремих підрозділів підприємства
- ✓ *калькуляційний* – кошторис формується на основі планових розрахунків за всією номенклатурою продукції, робіт і послуг з розподілом комплексних статей на прості елементи витрат

На вітчизняних підприємствах найпоширенішим є кошторисний метод, оскільки його використання забезпечує взаємозв'язок і приведення в єдину систему розрахунків зведеного кошторису.

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 прийняття відповідних економічних рішень важливо знати *собівартість одиниці продукції*, наприклад, для обґрунтування можливості виробництва нової продукції, розрахунку цін на продукцію, рентабельності виробництва окремих видів продукції та ін.

Калькулюванням 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 - це продукція (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, м² площі, м³ об'єму, кількість *штук* та ін.

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

- 1) *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;
- 2) *калькулювання за змінними витратами (Direct Costing)* – 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 встановлюються за нормами
- *параметричний* – використовується при обчисленні собівартості нових виробів; витрати на проєктований виріб встановлюються, виходячи із залежності рівня цих витрат від зміни техніко-економічних параметрів виробу
- *розрахунково-аналітичний* – прями витрати на виробництво одиниці продукції розподіляються на основі діючих норм, а непрямі - пропорційно обраній базі розподілу

Номенклатура *статей калькуляції* наведена вище, а склад кожної з них такий:

1. *Стаття «Сировина і матеріали (за мінусом зворотних відходів)»* включає витрати на сировину, основні і допоміжні матеріали, 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 витрати на 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 виконання додаткових 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 на випадок безробіття, фонду із тимчасової втрати працездатності та фонду страхування від нещасних випадків на виробництві).

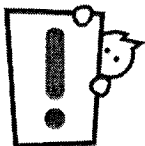
5. Стаття «Загальновиробничі витрати» включає виробничі накладні витрати на організацію виробництва та управління цехами, дільницями, відділеннями, бригадами та іншими підрозділами основного і допоміжного виробництв, а також витрати на утримання і експлуатацію машин та устаткування; обчислюються шляхом 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 її технічних та експлуатаційних параметрів і

використовуються тоді, коли відсутня технічна документація і відповідна нормативна база.

До них належать:

а) *метод питомих витрат* – є найпростішим, але найменш точним; собівартість нового виробу обчислюється як добуток питомих витрат (витрат на 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 кожному з 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 найбільш точним 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 одним із наведених вище методів або визначається експертним шляхом;

д) *графо-аналітичний* – передбачає проведення аналізу собівартості базових виробів-аналогів, з якими може бути порівняний новий виріб; в основі методу – використання графічних залежностей (кривих) між вартістю основних матеріалів 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 кошторису витрат на 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 вплив на 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 продукції досягається 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 дозволяє планувати 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 1 грн. товарної продукції у базовому році:

$$V_1 \text{ грн. тт баз} = C_{\text{тп баз}} / Q_{\text{тп баз}}, \text{ коп./грн.}$$

2. Визначають вихідну собівартість товарної продукції у плановому році

($C_{вих.пл.}$):

$$C_{вих.пл.} = B_1 \text{ грн. тт баз} \times Q_{тп пл.} \text{ грн.},$$

де $Q_{тп пл.}$ – плановий обсяг товарної продукції підприємства, 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_m):

$$E_m = (H_0 \times Ц - H_1 \times Ц) \times N_1, \text{ грн.},$$

де H_0, H_1 – норма витрат матеріалів до і після здійснення заходу, нат. од.;

$Ц$ – ціна одиниці матеріального ресурсу, грн.;

N_1 – обсяг випуску продукції після здійснення заходу, нат.од.

✓ зростання продуктивності праці, тобто зниження трудомісткості виготовлення продукції (E_m):

$$E_m = [(t_0 \times C_{z0} - C_{z1}) \times (1 + \% \text{ дод}/100) \times (1 + \% \text{ €СВ}/100)] \times N_1, \text{ грн.},$$

де t_0, t_1 – трудомісткість одиниці продукції до і після здійснення заходу, нормо-годин;

C_{z0}, C_{z1} – середньогодинна тарифна ставка робітників до і після здійснення

заходу, грн./год.;

$\% \text{ дод}$ – середній процент додаткової заробітної плати для певної категорії

робітників;

$\% \text{ €СВ}$ – встановлена ставка єдиного соціального внеску;

б) удосконалення організації виробництва і праці спричиняє економію витрат за рахунок поглиблення спеціалізації і розширення кооперування виробництва ($E_{ск}$);

$$E_{ск} = [C - (Ц_c + T_p)] \times N_k, \text{ грн.},$$

де C – собівартість продукції, виробництво якої планується розмістити на спеціалізованих підприємствах, грн./од.;

$Ц_c$ – гуртова ціна за виріб, виготовлений на спеціалізованому підприємстві, грн./од.;

T_p – транспортно-заготівельні витрати на одиницю виробу, грн./од.;

N_k – 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 (E_{y-n}):

$$E_{y-n} = \Delta Q_{пл} \times П_{y-n} / 100, \text{ грн.}$$

де $\Delta Q_{пл}$ – приріст обсягу випуску продукції в плановому році, %;

$П_{y-n}$ – сума умовно-постійних витрат в базовому році, грн.

4. Визначають планову собівартість продукції ($C_{тп пл}$):

$$C_{тп пл} = C_{вих пл} \pm E_{сум}, \text{ грн.},$$

де $E_{сум}$ – сума економії витрат за усіма техніко-економічними факторами, грн.

5. Визначають рівень витрат на 1 грн. ТП у плановому році ($B_{1 грн. тп пл}$):

$$B_{1 \text{ грн. тп пл}} = C_{тп пл} / Q_{тп пл}, \text{ коп./грн.}$$

6. Розраховують процент зниження затрат на 1 грн. ТП у плановому році в порівнянні з базовим (γ):

$$\gamma = (B_{1 \text{ грн. тп баз}} - B_{1 \text{ грн. тп пл}}) / B_{1 \text{ грн. тп баз}} \times 100, \%$$

Обчислити процент зниження собівартості товарної продукції можна укрупненим методом, який називається **індексним**. Він дозволяє врахувати вплив відразу усіх чинників, які можуть вплинути на рівень витрат підприємства.

1) зниження собівартості продукції за рахунок зміни норм витрат матеріалів та зміни цін на них (ΔC_M):

$$\Delta C_M = (I - I_n \times I_{ц}) \times П_{мз}, \%$$

де I_n – індекс зміни норм витрат матеріалів на один виріб;

$I_{ц}$ – 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 ($\Delta C_{тп}$):

$$\Delta C_{тп} = (I - I_{зн} / I_{тп}) \times П_{зн}, \%$$

де $I_{зн}$ – індекс росту середньої заробітної плати;

$I_{тп}$ – індекс росту продуктивності праці;

$П_{зн}$ – питома вага заробітної плати в собівартості продукції, %.

3) зниження собівартості продукції за рахунок зниження умовно-постійних витрат (ΔC_{y-n}):

$$\Delta C_{y-n} = (I - I_{y-n} / I_q) \times П_{y-n}, \%$$

- де I_{y-n} – індекс росту умовно-постійних витрат;
 I_q – індекс росту обсягу виробництва продукції;
 P_{y-n} – питома вага умовно-постійних затрат в собівартості продукції, %.

*Дуже давно Бен Грехем вчив мене, що ціна - це те, що ти платиш,
 а вартість - це те, що ти отримуєш...
 Уоррен Баффетт*

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

Ціна є нормою обміну товару на гроші, але, разом з тим, вона відображає споживчі властивості (корисність) товару, купівельну спроможність грошової одиниці, ступінь рідкості товару, силу конкуренції на ринку, вплив держави на ринок та поведінку економічних суб'єктів на ньому та ін.

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.

Функції цін

→ **обліково-аналітична** – забезпечує облік результатів діяльності та їх прогнозування

→ **стимулююча** – сприяє раціональному використанню обмежених ресурсів, оновленню асортименту, впровадженню досягнень науково-технічного прогресу

→ **розподільча** – впливає на розподіл ресурсів, доходів, фінансів у суспільстві

→ **регулююча** – забезпечує баланс між попитом і пропозицією, між окремими виробництвами, галузями

Усі ціни поділяються на *дві великі групи*: виробничі і споживчі.

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.

Види цін

1. *За обслуговуванням конкретних галузей або сфер економіки:* світові, гуртові, закупівельні, кошторисні, роздрібні, транспортні тарифи, тарифи на платні послуги
2. *За способом встановлення:* державні (фіксовані або регульовані), комунальні, вільні, контрактні, ввізні ціни
3. *За територією дії:* загальнодержавні, регіональні
4. *За видами ринків:* біржові, комісійні, аукціонні
5. *За врахуванням транспортних витрат:* ціна на місці виробництва продукції, єдина ціна з включенням витрат на доставку товарів, зональні ціни, ціни базового пункту, ціни «франко»
6. *За часом дії:* постійні, тимчасові, разові
7. *За використанням у зовнішньоторговельному обігу:* світові, тверді, із наступною фіксацією, змінні (плинні)
8. *За роллю у вирішенні завдань НТП:* лімітні, ступеневі
9. *За використанням в обліку і статистиці:* поточні, середні, порівняльні, незмінні, питомі ціни, індекси цін

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 або недопущення конкуренції, ущемлення інтересів інших суб'єктів ринку.

Наведемо характеристику деяких найчастіше використовуваних видів цін.

Світові ціни – 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, торговельним та іншим фірмам. Закупівельні ціни використовуються також при заготівлі продукції хутового 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.

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 попиту і 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 станції призначення» - крім ціни товару, включає витрати на перевезення зі складу продавця до станції призначення без вивантаження товару із вагонів, витрати на подальше транспортування 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 є такі ціни «франко»: *EX* - «франко-завод» (продавець зобов'язаний надати товар на своєму підприємстві у розпорядження покупця); *DAF* - постачання до кордону, зобов'язання продавця закінчуються 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 гуртові ціни, які поступово знижуються на певних етапах серійного випуску продукції.

8. Формування гуртових і роздрібних цін на продукцію

В основі формування гуртових та роздрібних цін (та й більшості цін взагалі) 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).

<i>собівартість продукції</i>	<i>прибуток</i>	<i>ПДВ</i>	<i>АП</i>	<i>гуртова ціна підприємства</i>		
<i>собівартість продукції</i>	<i>прибуток</i>	<i>ПДВ</i>	<i>АП</i>	<i>ПЗН</i>	<i>гуртова ціна промисловості</i>	
<i>собівартість продукції</i>	<i>прибуток</i>	<i>ПДВ</i>	<i>АП</i>	<i>ПЗН</i>	<i>ТН</i>	<i>роздрібна ціна</i>

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 та його сума, яка сплачена платником своїм постачальникам.

В Україні на законодавчому рівні встановлені єдині ставки ПДВ, які можуть періодично переглядатися.

Акцизний податок є непрямим податком, яким обкладаються високорентабельні і монополні 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.

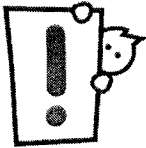
Платниками *АП* є національні виробники підакцизних товарів (*наприклад*, автомобілів, пального, алкоголю, тютюнових виробів тощо) та суб'єкти, які імпортують або реалізують підакцизні товари. В кінцевому підсумку сплата *АП* «лягає на плечі» покупців товарів, а не їх виробників чи імпортерів.

Гуртова ціна промисловості є сумою гуртової ціни підприємства і постачальницько-збутової надбавка (*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 торговельних 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 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 є формують ринкову кон'юнктуру, яка визначає загальні підходи до ціноутворення.

Ціноутворення – це процес обґрунтування, 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 щодо якості 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 (C) обчислюється за формулою:

$$C = C + P, \text{ грн.},$$

де C – собівартість продукції, грн.;

P – 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, виручкою та обсягом продажу:

$$C = B_{зм} + \frac{B_{пост.} + P_{заг}}{N}, \text{ грн.},$$

де $B_{зм}$ – величина змінних затрат на одиницю продукції, грн.

$B_{пост.}$ – постійні витрати на виробництво даної продукції за певний період (рік), грн.;

$P_{заг}$ – загальна сума прибутку, яка має бути одержана за той же 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:

$$C = f(C_1, C_2, \dots, C_n) \text{ грн.},$$

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 умовах ринку ґрунтується на трьох факторах - *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 податку та мита як видів непрямих податків. Ці податки спричиняють зростання цін на продукцію, знижують її конкурентоспроможність та конкурентоспроможність її виробників.

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 спрямована на регулювання державою відносин обміну між суб'єктами ринку з метою забезпечення еквівалентності в процесі реалізації національного продукту, дотримання необхідної паритетності цін між галузями та видами господарської діяльності, а також забезпечення стабільності гуртових та роздрібних цін.

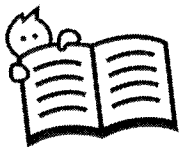
Політика ціноутворення, порядок встановлення та застосування цін, повноваження органів державної влади та органів місцевого самоврядування щодо встановлення та регулювання цін, а також контролю за цінами і ціноутворенням визначаються *Законом України «Про ціни і ціноутворення» (2013 р.)*, іншими законодавчими актами.



Питання для самоконтролю

1. Поясніть, чи можуть на діючому підприємстві, яке тимчасово простояє через нестачу сировини, постійні витрати дорівнювати нулю?

2. Що таке Єдиний соціальний внесок і які складові він включає?
3. Чи включає собівартість продукції фінансові витрати підприємства? Чому?
4. Поясніть, чому втрати від браку на підприємстві слід віднести до комплексних?
5. Чи включає виробнича собівартість продукції витрати на проведення маркетингових досліджень та витрати на рекламу продукції? Поясніть.
6. Чи може індивідуальна собівартість бути рівною галузевій? Якщо так, то за яких умов?
7. Назвіть основні методи формування кошторисів витрат.
8. Коротко охарактеризуйте методи обчислення собівартості нової продукції.
9. Чим відрізняються народногосподарські і техніко-економічні чинники зниження собівартості продукції?
10. Які групи чинників враховуються при плануванні зниження собівартості продукції по факторним методом?
11. Які переваги і недоліки індексного методу обчислення зниження собівартості в порівнянні з по факторним?
12. Чи завжди ціна продукції є відображенням реальних витрат на її виробництво? Чому?
13. Які є види гуртових цін? Як вони формуються?
14. Чи є місце в ринковій економіці державним цінам? Поясніть.
15. Що таке ціни «франко»? В чому їх особливість?
16. Чи може гуртова ціна підприємства дорівнювати роздрібній? Відповідь обґрунтуйте.
17. Охарактеризуйте основні методи ринкового ціноутворення.



Література

1. Атамас П.Й. Управлінський облік: навч. посіб. / П.Й. Атамас. – К.: ЦНЛ, 2006. – 440 с.
2. Бойчик І.М. Економіка підприємства: навч. посіб. Вид. 2-ге, доп. і перер./ І.М. Бойчик. – К.: Атіка, 2006. – 528 с.
3. Буряк П.Ю. Фінансово-економічний аналіз: підруч. / П.Ю. Буряк. – К.: ВД «Професіонал», 2007. – 520 с.
4. Бутинець Ф.Ф. та ін. Аудит і ревізія підприємницької діяльності. – Житомир: ГН «Рута», 2007. – 416 с.
5. Бутинець Ф.Ф. Витрати виробництва та їх класифікація для потреб управління / Ф.Ф. Бутинець // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2012. – № 1(22). – С.11-18.
6. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підруч. для студ. екон. спец. ВНЗ / С.С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2004. – 708 с.
7. Господарський кодекс України. (Редакція станом на 12.08.2015). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

8. Давидович І.С. Калькулювання собівартості будівельної продукції та напрямки його вдосконалення / І.С. Давидович // Економічний аналіз: зб. наук. праць каф. екон. аналізу Терноп. нац. екон. ун-ту. – 2010. – №6. – С.224-230.
9. Длігач А.О. Маркетингова цінова політика: світовий досвід, вітчизняна практика: навч. посіб. / А.О. Длігач. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 302 с.
10. Зятковський І.В. Фінанси підприємств. / І.В. Зятковський. – К.: КОНДОР, 2008. – 364 с.
11. Ізмайлова К.В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. / К.Ф. Ізмайлова. – К.: МАУП, 2008. – 152 с.
12. Иванченко В. Ценообразование: учеб. пособ. / В. Иванченко. – Харьков: ИД «ИНЖЭК», 2003. – 152 с.
13. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: навч. посіб. / М.Я. Коробов. – К.: «Знання», КОО, 2009. – 378 с.
14. Кулішов В.В. Економіка підприємства: теорія і практика: навч. посіб. / В.В. Кулішов. – К.: Ніка-Центр, 2008. – 216 с.
15. Макаровська Т.П., Бондар Н.М. Економіка підприємства: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. – К.: МАУП, 2008. – 304 с.
16. Макконелл К.Р. Економикс: принципы, проблемы и политика: учебн. / К.Р. Макконелл, С.Л. Брю. – М.: ИНФРА, 1999. – 974 с.
17. Мамедова Е.І. Калькулювання собівартості: метод. посіб. / Е.І. Мамедова. – Запоріжжя: Поліграф, 2008. – 60 с.
18. Миронова Ю.Ю. Економічна сутність собівартості продукції та шляхи її зниження / Ю.Ю. Миронова // Бухгалтерський облік, аналіз та аудит. – 2009. – № 3. – С.160-165.
19. Нагайчук В.В. Основні резерви зниження витрат сільськогосподарського підприємства / В.В. Нагайчук // Економіка АПК. – 2012. – № 1(25). – С.146-149.
17. Нападівська Л.В. Внутрішньогосподарський контроль в ринковій економіці: монографія / Л.В. Нападівська. – Д.: Наука і освіта., 2000. – 224 с.
18. Нерода-Березка К.В. Фактори впливу на формування міжнародної цінової політики / К.В. Нерода-Березка // Економіка і управління. – К.: Поліграфкомбінат Європейського університету, 2012. – № 2. – 37 с.
19. Петренко І.В. Ценообразование. Основной курс: учеб. для эконом. вузов / И.В. Петренко. – Донецк, 1999. – 248 с.
20. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: наказ Міністерства Фінансів України за станом на 31.12.1999 № 318. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
21. Про затвердження Методичних рекомендацій з формування собівартості продукції (робіт, послуг): наказ Державного комітету промислової політики України : за станом на 2 лютого 2001 р., № 47. – Офіц. вид. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
27. П'ятак І.В. Ціноутворення та фактори впливу на становлення цінової політики. / І.В. П'ятак // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2012. – № 4 (20). – С.130-134.
28. Рябенко Г.М. Щодо економічної сутності витрат та їх класифікації. / Г.М. Рябенко, Ю.С. Резніченко // Інноваційна економіка. – 2013. – № 6 (44). – С.319-321.
29. Цимбалюк А.Г. Формування та управління витратами виробництва: підруч. / А.Г. Цимбалюк, Н.П. Скричук, Л.І. Антошкіна. – Донець: Юго-Восток, 2009. – 240 с.
30. Ягмур К.А. Еволюція категорії «витрати на виробництво»: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 35-річчю кафедри бухгалтерського обліку і аудиту (Ч.1) / Ягмур К.А. – Полтава: Полтавський університет споживчої кооперації України. – 2006. – с. 175

ТЕМА 15. ФІНАНСОВО - ЕКОНОМІЧНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Питання для теоретичної підготовки

6. Дохід і прибуток підприємства, схеми їх формування та розподілу.
7. Прибутковість діяльності підприємств, показники, що її характеризують.
8. Суть та оцінка загального фінансово-економічного стану підприємства.
9. Ефективність виробництва: суть, види і показники.
10. Показники, резерви і чинники підвищення ефективності виробництва.

**Ключові
терміни і
поняття**

дохід, чистий дохід, прибуток, балансовий прибуток, чистий прибуток, функції прибутку, прибутковість, рентабельність, показники рентабельності, рентабельність продукції, рентабельність виробництва, фінансово-економічний стан підприємства, показники прибутковості, показники ліквідності, показники платоспроможності, ефективність виробництва, види ефективності виробництва, економічна ефективність, соціальна ефективність, показники ефективності виробництва, резерви і чинники підвищення ефективності виробництва

Соціалісти вважають гріхом отримання прибутку, а я – отримання збитків.
Уінстон Черчіль

1. Дохід і прибуток підприємства, схеми їх формування та розподілу

Розвиток підприємств у прямому розумінні залежить 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.

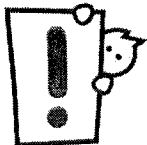
Доходи від реалізації продукції виступають основним джерелом прибутку підприємства, який є запорукою стабільності його функціонування на ринку. Сутність доходу підприємства визначена *Національними стандартами бухгалтерського обліку в Україні*.

Дохід (виручка) від реалізації продукції визначений як загальний дохід (виручка) від реалізації 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:

- обсяг виробництва 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.

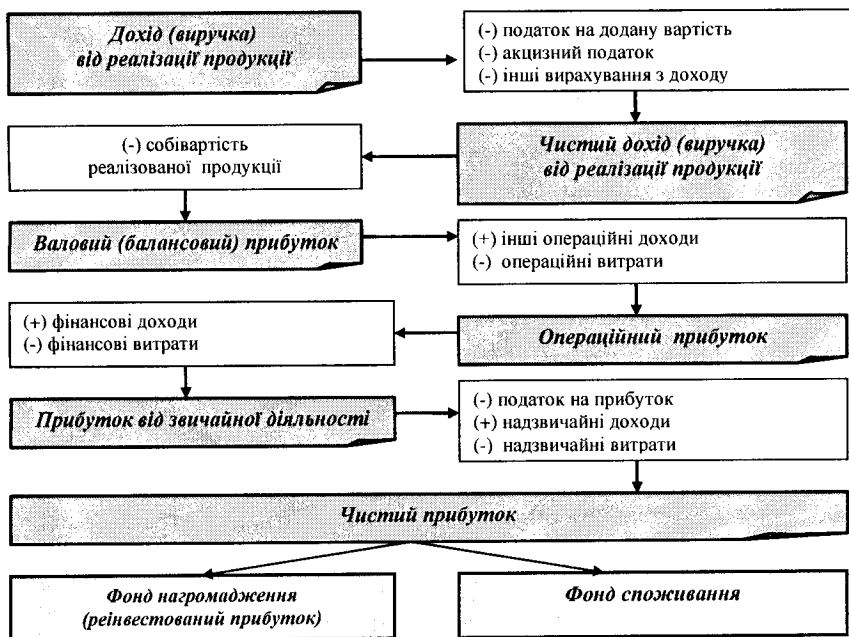


Загальний дохід підприємства ще не характеризує ефективності його виробничо-господарської діяльності. Одним із показників оцінки такої ефективності є прибуток.

Прибуток - це частина доходу, яка залишається підприємству після відшкодування усіх витрат, пов'язаних 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 фінансових результатів його діяльності згідно чинних нормативних документів можуть бути представлені схемою.



Податок на додану вартість відображає суму податку, включену до складу доходу (виручки) від реалізації продукції.

Акцизний податок – платники акцизного податку 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 доходів та операційних витрат, – це **операційний прибуток підприємства**.

Інші операційні доходи відображають суми доходів від операційної діяльності підприємства, крім доходу (виручки) від реалізації продукції: 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, інші операційні витрати (собівартість реалізованих виробничих запасів, 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, скоригований на величину фінансових та 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, втрати від уцінки фінансових інвестицій та необоротних активів, 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.

В особливих випадках прибуток від звичайної діяльності після оподаткування коригується на суму надзвичайного доходу та надзвичайних витрат, які можуть мати місце внаслідок надзвичайної події (стихійного лиха, 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 напрямках**:

- 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:

- 1) *прибуток від реалізації продукції* (виконання робіт, надання послуг); це прибуток від операційної діяльності;
- 2) *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;
- 3) *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.



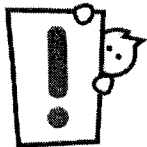
- *оціночна* - характеризує ефект, одержуваний підприємством від господарської діяльності, є мірилом її успіху
- *відтворювальна* - джерело розширеного відтворення основних і оборотних фондів підприємства, основа інноваційних рішень
- *стимулююча* - джерело формування фондів стимулювання, з яких виплачується винагорода власникам, працівникам
- *розподільча (фіскальна)* - інструмент розподілу коштів між підприємствами та бюджетами різних рівнів

Не бійтеся великих витрат, остерігайтеся маленького прибутку.

Джон Рокфеллер

2. Прибутковість діяльності підприємств, показники, що її характеризують

Прибутковість є показником, який комплексно характеризує 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 і як показник має кілька різновидів (модифікованих форм), які залежать від використовуваних 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 ($\Pi_{\text{ч}}$) до загальної суми інвестицій (I):

$$P_i = \Pi_{\text{ч}} / I \times 100, \%$$

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).

Різновидами цього показника є:

- **рентабельність власного капіталу ($P_{\text{вл. кап}}$)** – відношення чистого прибутку підприємства ($\Pi_{\text{р. чист}}$) до величини його власного капіталу ($K_{\text{вл}}$):

$$P_{\text{вл. кап}} = \Pi_{\text{ч}} / K_{\text{вл}} \times 100, \%$$

- **рентабельність активів ($P_{\text{акт}}$)** – відношення прибутку підприємства до загальної суми його активів ($A_{\text{заг}}$):

$$P_{\text{акт}} = \Pi_{\text{ч}} / A_{\text{заг}} \times 100, \%$$

Якщо останній показник є меншим за процентну ставку за довгостроковими кредитами, то фінансовий стан підприємства є незадовільним.

2) **рентабельність продукції ($P_{\text{прод}}$)** – характеризує ефективність витрат на її виробництво та збут і є відношенням прибутку від реалізації продукції ($\Pi_{\text{реал}}$) до повної собівартості реалізованої продукції ($C_{\text{реал}}$):

$$P_{\text{прод}} = \Pi_{\text{реал}} / C_{\text{реал}} \times 100, \%$$

3) **рентабельність окремих видів продукції (P_i):**

$$P_i = (\Pi_i - C_i) / C_i \times 100, \%$$

де Π_i , C_i – ціна і повна собівартість одиниці продукції i -го виду, грн.;

4) **рентабельність виробництва ($P_{\text{вир}}$)** – відношення чистого прибутку підприємства до суми середньорічної вартості основних виробничих фондів підприємства і середньорічних залишків нормованих оборотних засобів:

$$P_{\text{вир}} = \Pi_{\text{ч}} / (S_{\text{сеп}} + S_{\text{ноз}}) \times 100, \%$$

5) *рентабельність продажу продукції (обороту) ($P_{\text{реал}}$)* – відношення прибутку від реалізації продукції до обсягу реалізованої продукції ($РП$):

$$P_{\text{реал}} = П_{\text{реал}} / РП \times 100, \%$$

Крім зазначених, в господарській практиці можуть використовуватись й інші показники рентабельності, *наприклад*, рентабельність необоротних активів, акціонерного капіталу, матеріальних (трудо­вих) затрат та ін.

Границі рентабельності не встановлюються, але зрозуміло, що чим вищою є рентабельність, тим більшими є можливості підприємства щодо формування фінансових ресурсів та їх використання в господарській діяльності, 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 реконструкції і 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:

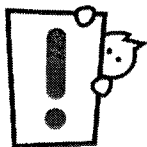
- удосконалення системи просування продукції на ринку, організація ефективної реклами;
- удосконалення системи оподаткування діяльності підприємств, законодавчо-правової бази ведення бізнесу, державного регулювання тарифів і цін тощо.

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 усіх 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.



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.

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.

Фінансовий стан підприємства можна оцінити за допомогою *груп показників*.

Показники оцінки фінансово-економічного стану підприємства

- ❖ показники оцінки майнового стану
- ❖ показники прибутковості
- ❖ показники ліквідності
- ❖ показники платоспроможності
- ❖ показники ефективності використання активів та ін.

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 можливість 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 ($K_{л.заг}$) (коефіцієнт покриття)* – це відношення поточних активів ($A_{пот}$) до поточних зобов'язань ($Z_{пот}$):

$$K_{л.заг} = A_{пот} / Z_{пот}$$

Цей результат співвідноситься з одиницею і показує, скільки грошових одиниць поточних активів припадає на одну грошову одиницю поточних зобов'язань. При $K_{л.заг} < 1$ підприємство має неліквідний баланс і є неплатоспроможним. При $1 < K_{л.заг} \leq 2$ вважається, що платоспроможність підприємства є достатньою. При $K_{л.заг} > 2$ фінансове становище підприємства є стійким.

Співвідношення $A_{\text{пот}}$ і $Z_{\text{пот}}$ як 2:1 вважається нормальним, але для деяких видів бізнесу воно може коливатись від 1,2 до 2,5;

2) *коефіцієнт швидкої ліквідності* ($K_{\text{л.шв}}$) – це відношення активів високої ліквідності ($A_{\text{лікв}}$) до поточних зобов'язань:

$$K_{\text{л.шв}} = A_{\text{лікв}} / Z_{\text{пот}}$$

Нижче значення $K_{\text{л.шв}}$ не повинно бути меншим 1, щоб підтвердити швидку ліквідність активів підприємства.

3) *коефіцієнт абсолютної ліквідності* ($K_{\text{л.абс}}$) характеризується відношенням грошових засобів та їх еквівалентів (цінних паперів) (Γ) до поточних зобов'язань:

$$K_{\text{л.абс}} = \Gamma / Z_{\text{пот}}$$

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* ($K_{\text{пс}}$) обчислюється:

$$K_{\text{пс}} = K_{\text{в1}} / Z_{\text{заг}}$$

де $K_{\text{в1}}$ – власний капітал (статутний фонд), грн.;

$Z_{\text{заг}}$ – загальні зобов'язання підприємства (зобов'язання власникам, акціонерам та зовнішні зобов'язання), грн.

2) *коефіцієнт заборгованості* ($K_{\text{забг}}$) визначається:

$$K_{\text{забг}} = 1 - K_{\text{в1}} / Z_{\text{зовн}}$$

де $Z_{\text{зовн}}$ – 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* ($O_{\text{оз}}$) обчислюється як співвідношення між обсягом реалізації та фіксованими і нематеріальними активами ($A_{\text{фікс}}$):

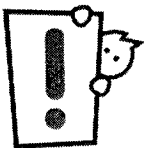
$$O_{\text{оз}} = \text{РП} / A_{\text{фікс}}$$

Цей показник показує, скільки грошових одиниць продукції реалізовано на одну грошову одиницю основних засобів (фондовіддачу).

2) *коефіцієнт оборотності активів* ($O_{\text{а}}$) обчислюється:

$$O_{\text{а}} = \text{РП} / A_{\text{заг}}$$

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.

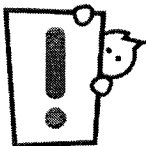
4. Ефективність виробництва: суть і види

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*.

Ефективність виробництва – це економічна категорія, яка характеризує ступінь досягнення загальних і часткових результатів від використання усіх ресурсів підприємства

В умовах ринкової економіки за *критерій економічної ефективності* функціонування підприємств найчастіше приймається максимізація прибутку від виробництва і реалізації продукції при мінімальних витратах.



В залежності від того, який ефект (результат) виробничо-господарської діяльності береться до уваги, розрізняють різні види ефективності.

- 1) Оскільки, *економічний ефект* відображає різні вартісні показники результатів 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 території і 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 імпорту комплектуючих виробів для власної продукції спричиняє зменшення власних трудовитрат 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 **загальногосподарського ефекту**. Він виникає внаслідок додаткових витрат ресурсів при виробництві продукції на одному 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 капіталу у 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 певний проміжок часу, *наприклад*, збільшення виходу готової продукції з 1 т сировини в результаті заміни обладнання і зменшення її витрат.

Абсолютна ефективність визначається по підприємству в цілому і характеризує загальний ефект (віддачу) від використання ресурсів та витрат.

Порівняльний ефект відображає наслідки порівняння можливих варіантів господарських рішень і вибору кращого з них за 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.

6. 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:

Показники ефективності виробництва

I. 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.).

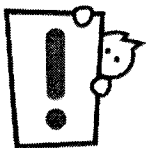
II. Показники ефективності використання живої праці (трудомісткість одиниці продукції, відносне вивільнення працівників, темпи росту продуктивності праці, частка приросту продукції за рахунок росту продуктивності праці, коефіцієнт ефективності використання робочого часу, економія фонду оплати праці, випуск продукції на 1 грн. фонду оплати праці тощо).

III. Показники ефективності використання основних виробничих фондів (фондовіддача основних фондів, фондомісткість продукції, рентабельність основних фондів, фондовіддача активної частини основних фондів і т.д.).

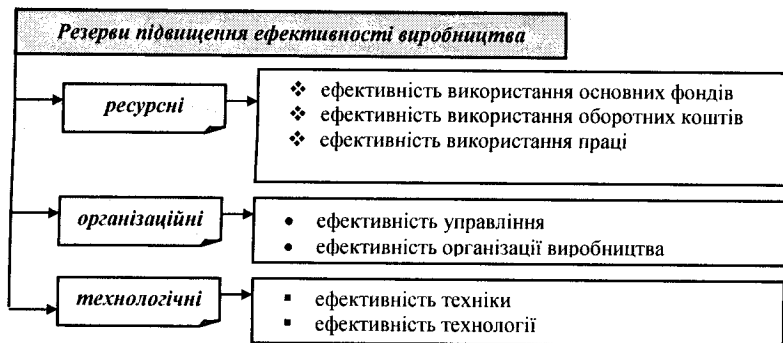
IV. Показники ефективності використання матеріальних ресурсів (матеріаломісткість продукції, матеріаловіддача, коефіцієнт використання найважливіших видів сировини і матеріалів, витрати палива і енергії на 1 грн. чистої продукції, економія матеріальних витрат, коефіцієнт вилучення корисних компонентів із сировини тощо).

V. Показники ефективності використання фінансових коштів (коефіцієнт оборотності оборотних коштів, тривалість одного обороту нормованих оборотних коштів, відносне вивільнення оборотних коштів, питоми капіталовкладення, капіталовкладення на одиницю введених потужностей, рентабельність інвестицій, строк окупності інвестицій та ін.).

VI. 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.



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 певних рішень 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, оптимізації 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 стимулювання працівників.

Ефективність *системи управління* забезпечується удосконаленням організаційної структури управління підприємством, оптимізації рівнів управління, пошуком нових ефективних способів управлінського впливу на колектив людей тощо.

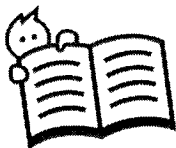
Вдосконалення *організації виробничого процесу* має відбуватись шляхом впровадження нових підходів до організації робочих місць, удосконалення виробничої структури підприємства, використання більш ефективних типів виробництва тощо.

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 загальну схему розподілу доходу підприємства.
2. Чим відрізняються операційний прибуток і прибуток від звичайної діяльності підприємства?
3. За рахунок яких джерел формується прибуток підприємства?
4. Що таке «прибуток від позареалізаційних операцій»?
5. Охарактеризуйте основні функції прибутку підприємства.
6. Чим відрізняються поняття «рентабельність продукції» і «рентабельність продажу продукції»?
7. Якими основними групами показників найчастіше характеризується фінансово-економічний стан підприємства?
8. Чи залежить соціальна ефективність виробництва від досягнутої ним економічної ефективності? Поясніть.
9. Чому для оцінки ефективності виробництва доцільно використовувати показники абсолютної та порівняльної ефективності?



Література

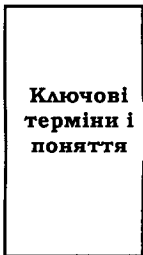
1. Агапова А. Економіко-математичне моделювання оцінки економічного стану підприємства з використанням шкали бажаності Харрінгтона / А. Агапова // Економічний аналіз – 2011. – Вип. 8, част. 2. – С.15-18.
2. Азаренкова Г.М. Фінанси підприємств: навч. посіб. для самост. вивчення дисципліни / Г.М. Азаренкова, Т.М. Журавель, Р.М. Михайленко. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання-Прес, 2006. – 287 с.
3. Аудит: навч. посіб. / За ред. Усач Б.Ф. - 4-те вид., перер. і доп. - К.: Знання, 2007.- 231 с.
4. Бень Т. Інтегральна оцінка стану підприємства / Т. Бень, С. Довбня // Фінанси України. – 2002. – № 6. – С.53-60.
5. Бердар М.М. Фінанси підприємств: навч. посіб. / М.М. Бердар. - К: ЦУЛ, 2010. – 352 с.
6. Біла О.Г. Фінанси підприємств: навч. посіб. / О.Г. Біла. – Л.: Магнолія, 2009. – 383 с.
7. Бойчик І.М. Економіка підприємства: навч. посіб. Вид. 2-ге, доп. і перер./ І.М. Бойчик. – К.: Атіка, 2006. – 528 с.
8. Борисенко Ю.В. Категорія «дохід» в наукових публікаціях: критична оцінка. – / Ю.В. Борисенко. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/Portal/soc_gum/ptmbo/2010_1/1.Pdf
9. Бураковський В.В. Фінанси підприємств: навч. посіб. / В.В. Бураковський, В.Я. Кармазин, С.В. Каламбет / За ред. В.В. Бураковського. – Дніпропетровськ: Пороги, 2006. – 246 с.
10. Гилка У.Л. Проблеми та специфіка застосування фінансово-економічного аналізу на підприємстві / У.Л. Гилка // Економіка промисловості. – 2009. – № 3. – С.146-150.
11. Горохова О. Сучасні аспекти розуміння діагностики / О. Горохова // Економічний аналіз – 2011. – Вип. 9, част. 2. – С. 124-126.
12. Господарський кодекс України. (Редакція станом на 12.08.2015). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
13. Гринчуцький В.І. Економіка підприємства: навч. посіб. для студентів вузів / В.І. Гринчуцький, Е.Т. Карапетян, Б.В. Погрішук – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 303 с.
14. Груб'як С.В. Аналіз фінансово-економічного стану підприємства / С.В. Груб'як // Глобальні та національні проблеми економіки. – Вип.3. – 2015. – С.268-271.

15. Дем'яненко І.В. Економічна стійкість підприємств та її фінансовий потенціал / І.В. Дем'яненко. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dsfa.mybb3.net/viewtopic.php?p=283>
16. Ільчук М.М. Підприємницька діяльність та агробізнес / За ред. М.М. Ільчука, Т.Д. Іщенко. – К.: Вища освіта, 2006. – 543 с.
17. Ларка М.І. Аналіз фінансового стану підприємства як засіб підвищення ефективності його діяльності / М.І. Ларка, Г.О. Лісовські // Вісник НТУ «ХП». Серія «Технічний прогрес і ефективність виробництва». – Х.: НТУ «ХП». – 2013. – № 22 (995). – С.168-174.
18. Осовська Г.В. Економічний словник / Г.В. Осовська, О.О. Юшкевич, Й.С. Завадський. – К.: Кондор, 2007. – 358 с.
19. Орехова А.І. Економічна сутність категорії прибуток / А.І. Орехова, А.І. Костюченко // Інноваційна економіка. – 2013. – №7 (45). – С.313-316.
20. Панченкова Ю.В. Економічна суть доходів основної діяльності промислового підприємства / Ю.В. Панченкова, О.Г. Зеленська // Науковий вісник НІТУ України. – 2011. – Вип. 21.10. – С.239-248.
21. Податковий кодекс України. (Редакція станом на 13.08.2015). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
22. Сидора Т.Ю. Критерії оцінювання ефективності діяльності підприємства / Т.Ю. Сидора // Ефективна економіка. – 2012. – №7. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1298>
23. Філімоненков О.С. Фінанси підприємств: навч. посіб. / О.С. Філімоненков. – К.: Кондор, 2007. – 400 с.
24. Чевганова В.Я. Методика діагностування економічного стану підприємства / В.Я. Чевганова // Ефективна економіка. – 2014. – №3. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2828>
25. Шкромиди Н. Комплексна оцінка економічного потенціалу суб'єктів господарювання // Н. Шкромиди // Економічний аналіз. – 2011. – Вип., част.1. – С.383-386.
26. Шмиголь Н.М. Доходи підприємств: сучасні методи управління / Н.М. Шмиголь // Економіка: проблеми теорії та практики. – Вип. 228. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2010.
27. Шевчук С.В. Теоретичні аспекти класифікації прибутку / С.В. Шевчук // Вісник ЖДТУ. Серія економічні науки. – 2010. – № 4 (54). – С.201-203.

ТЕМА 16. РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА: СУЧАСНІ МОДЕЛІ, ТРАНСФОРМАЦІЯ ТА РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ

Питання для теоретичної підготовки

7. Бізнес-процеси підприємства: сутність, структура і характеристика.
8. Моделювання бізнес-процесів підприємства.
9. Рейнжиніринг в системі підвищення конкурентоспроможності підприємства.
10. Бенчмаркінг як інструмент поліпшення практики ведення бізнесу.
11. Система виживання підприємства в ринкових умовах.
12. Реструктуризація підприємства: види, форми і механізм здійснення.

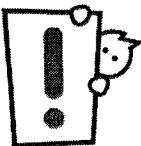


бізнес-процес, бізнес-операція, основні бізнес-процеси, допоміжні бізнес-процеси, процесний підхід до управління, власник процесу, якісні параметри бізнес-процесів, кількісні параметри бізнес-процесів, моделювання бізнес-процесів, рейнжиніринг, бенчмаркінг, види бенчмаркінгу, система виживання підприємства, потенціал виживання, сталість підприємства, трансформація підприємства, реструктуризація, види реструктуризації, конверсія, диверсифікація, розукрупнення підприємств, модель Мак-Кінзі оцінки вартості підприємства

1. Бізнес-процеси підприємства: сутність, структура і характеристика

Сьогодні організаційна структура управління більшості підприємств побудована за *функціональним принципом* та *рівнями ієрархії*. В основі такої побудови є науковий підхід до управління Ф.Тейлора. Він вважав, що підгрунтям продуктивного виконання певної роботи є її поділ на прості елементи і спеціалізація працівників на конкретній простій частині цієї роботи. Поширення функціональних організаційних структур стало наслідком такого підходу.

Функціональне управління сьогодні пов'язане з деякими труднощами в діяльності та управлінні підприємствами. *Наприклад*, різні функціональні підрозділи підприємства часто мають досить вузький погляд на його діяльність, не проявляють зацікавленості у тих питаннях і проблемах, які їх безпосередньо не стосуються. Також гальмується обмін інформацією між підрозділами через існуючі звички передавати її нагору «по ланцюжку».



Тому нині дедалі популярнішим стає не виокремлення на підприємствах певних підрозділів з чітко визначеними функціями, а так званих бізнес-процесів, тобто наскрізних процесів, які проходять через усі рівні, підрозділи і відповідають за певну дію від початку до кінця.

Сьогодні немає однозначного тлумачення поняття «бізнес-процес», воно є досить багатограним. У широкому розумінні – це системно-замкнений процес, *структурована послідовність дій* з виконання певного виду діяльності, *наприклад*, постачання продукції, надання послуг, здача в експлуатацію об'єкта та ін.

Бізнес-процес є *сукупністю бізнес-операцій*, певною кількістю внутрішніх видів діяльності, які починаються з одного або кількох «входів» і завершуються створенням продукції, необхідної споживачу. Під останньою розуміють результат бізнесу, який має матеріальну або нематеріальну цінність для споживача. До бізнес-операцій належать, *наприклад*, оформлення супровідних документів для відправлення товару, навантаження або розвантаження автотранспорту, підготовка матеріалів для проведення переговорів з постачальниками тощо.

Бізнес-процес можна трактувати як *потік роботи*, що переходить від однієї людини до іншої, а для великих процесів - від одного відділу до іншого.

У понятті бізнес-процес немає нічого нового. На кожному підприємстві завжди відбуваються свої бізнес-процеси, які мають початок, визначену кількість кроків та чітко обумовлений кінець. Проблема полягає в тому, що процеси не вдається описувати так само легко, як організаційні ієрархічні структури.

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

Усі трактування сутності бізнес-процесів об'єднує те, що вони є *неперервними*, мають певні «*входи*» (виникнення ідеї бізнесу, ідеї нового продукту, послуги, постачання ресурсів тощо) і «*виходи*» у вигляді корисного для споживача продукту. Таким чином бізнес-процес пронизує все підприємство зверху донизу.

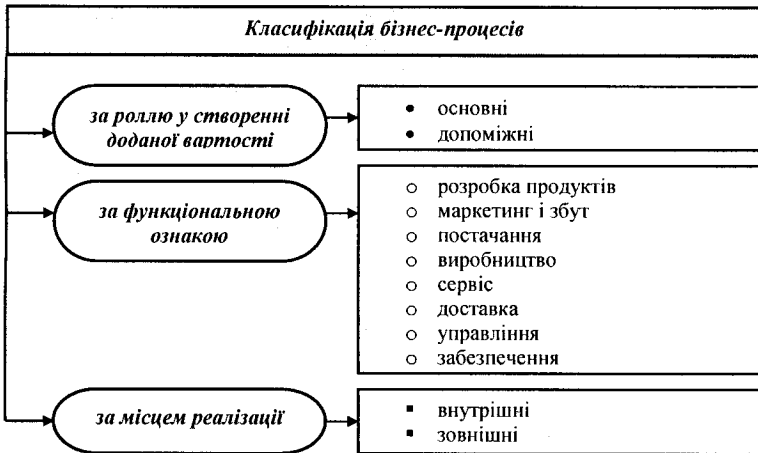
Бізнес-процеси класифікуються за різними ознаками.

Основним бізнес-процесом є такий, який створює додану вартість, тобто орієнтований на виробництво продукції або надання послуг, які мають цінність для споживача. Такі бізнес-процеси забезпечують одержання підприємством певного доходу, *наприклад*, маркетинг, збут, розробка нової продукції, виробництво, постачання.

Допоміжним є бізнес-процес, який не створює доданої вартості, але необхідний для функціонування інших процесів, *наприклад*, управління персоналом, управління інфраструктурою підприємства, логістикою, юридичний супровід та ін.

За функціональною ознакою бізнес-процеси поділяються на:

- *розробка продуктів* (обробка вимог, потреб та очікувань замовників, розробка продуктів і послуг, які задовольняють цим вимогам);



- *маркетинг і збут* (реклама та інші види просування товарів, ціноутворення, пакування, оформлення документації; процеси збуту вимагають залучення наявних замовників, а також об'єднують усі процеси, пов'язані з продажем товарів);
- *постачання* (придбання сировини, матеріалів, послуг);
- *виробництво* (перетворення «входів», отриманих від постачання, у «виходи», які пропонуються для збуту);
- *сервіс* (усі післяпродажні види діяльності, які виконуються для обслуговування, ремонту, відновлення і модернізації раніше проданих продуктів);
- *доставка* (перевезення і доставка продукції замовникам);
- *управління* (стратегічне управління, бізнес-планування та фінансовий контроль);
- *забезпечення* (управління персоналом, юридичний супровід, дотримання вимог охорони довкілля, охорони праці і техніки безпеки, утримання будівель, підготовка персоналу та інші внутрішні процеси).

Внутрішнім називається бізнес-процес, який повністю реалізується в рамках одного підприємства або організації, а *зовнішнім* – який має «вхід» і (або) «вихід» поза підприємством.

Класифікація бізнес-процесів, визначення їх параметрів має враховувати специфіку функціонування кожного підприємства.



Виділення на підприємствах певних бізнес-процесів породжує необхідність створення ефективної системи управління ними із застосуванням процесного підходу до організації і управління бізнесовими структурами.

Під ними розуміють орієнтацію діяльності підприємства на бізнес-процеси, а система управління підприємством - на керування кожним бізнес-процесом окремо.

У процесному підході до управління підприємством учасниками і виконавцями ключових ролей є:

- 1) *власник процесу* – повністю знає бізнес-процес, відповідає за його хід та результат в цілому, вимірює ефективність і вдосконалює сам бізнес-процес; відповідає за роботу різних функціональних підрозділів; як правило, власником бізнес-процесу є посадовою особою – топ-менеджером, *наприклад*, комерційний директор відповідає за бізнес-процеси закупівлі та збуту; фінансовий директор – за фінансові потоки на підприємстві та ін.;
- 2) *керівник бізнес-процесу (лідер команди)*, в обов'язки якого входить керівництво нею; відповідає лише за частину загального процесу, у фокусі його уваги – ефективність повсякденної поточної роботи.
- 3) *комунікатор* – веде разом з керівником підготовку нарад, бере в них участь, аналізує їх підсумки, робить висновки, допомагає формувати рішення тощо;
- 4) *зовнішній консультант* – має незалежний погляд на проблеми менеджерів підприємства, володіє знаннями, навичками і методиками у певній галузі, а також виступає в ролі експерта;
- 5) *виконавець (учасник команди)* зайнятий виконанням певних функцій бізнес-процесу;
- 6) *клієнт* – зовнішній або внутрішній суб'єкт (підприємство, організація, цех, підрозділ та ін.), який зацікавлений у «виходах» бізнес-процесу (продукції, послугах).

Бізнес-процеси характеризуються певними якісними і кількісними параметрами.

Якісними параметрами бізнес-процесу є:

- ❖ *результативність* – відображає співвідношення отриманого результату і того, чого очікують клієнти; можна підвищити через підвищення якості продуктів або послуг; залежно від ситуації результативність можна підвищити шляхом перегляду (перепроєктування) процесів, продуктів або послуг;
- ❖ *ефективність* – показує, наскільки добре виконуються бізнес-процеси; збільшення ефективності може бути досягнута тільки через покращення самих бізнес-процесів.

Основними показниками оцінки ефективності бізнес-процесів є:

- кількість реалізованої за певний період продукції заданої якості;
- кількість споживачів продукції;
- кількість типових операцій, які необхідно виконати при виробництві продукції за певний проміжок часу;
- витрати на виробництво продукції;
- тривалість виконання типових операцій;

➤ капіталовкладення у виробництво продукції.

❖ *адаптивність* – свідчить про те, наскільки добре бізнес-процес здатний реагувати на зміни зовнішнього середовища.

До кількісних параметрів бізнес-процесу відносять:

- *тривалість* – час, необхідний для виконання бізнес-процесу;
- *вартість* – сукупність усіх витрат у грошовому виразі, необхідних для однократного виконання процесу;
- *кількість «входів» і «виходів».*

Моя бізнес-модель - це група Beatles. Чотири хлопці контролювали негативні прояви в кожному з них, вони урівноважували один одного. І загальний підсумок виявився більшим за суму окремих частин.

Стив Джобс

2. Моделювання бізнес-процесів підприємства

Для ефективного протікання бізнес-процесів на підприємстві необхідним є їх моделювання.

Моделювання бізнес-процесів є засобом пошуку шляхів оптимізації діяльності підприємства, прогнозування та мінімізації ризиків, які виникають на різних етапах реорганізації підприємства

Мета моделювання бізнес-процесів:

- створити реальну картину функціонування підприємства і процесів, які відбуваються у ньому;
- виявити поточні проблеми підприємства та можливості їх вирішення;
- створити базу для забезпечення стійкого функціонування і розвитку підприємства.

Створити модель бізнес-процесу означає:

- визначити керівника бізнес-процесу;
- визначити границі бізнес-процесу, тобто границі відповідальності та повноваження керівника бізнес-процесу;
- визначити «виходи» і клієнтів бізнес-процесу;
- визначити «входи» і постачальників бізнес-процесу;
- визначити ресурси, необхідні для виконання бізнес-процесу;
- технологічно описати виконання бізнес-процесу;
- розробити показники оцінки бізнес-процесу, його результатів та задоволеності клієнтів бізнес-процесом;
- описати роботу керівника бізнес-процесу щодо аналізу та поліпшення останнього, а також звітність керівника перед своїм керівництвом

Моделювання бізнес-процесів на підприємстві можна поділити на такі етапи:

1) побудова функціональної моделі підприємства, яка дає уяву про функції підприємства та розподіл відповідальності за їх виконання;

- 2) *побудова процесної моделі*, яка описує потік ресурсів (матеріальних, інформаційних, фінансових, трудових), які використовуються для виконання функцій; така модель не дає вартісної оцінки ресурсів, необхідної для розрахунку фінансового плану підприємства;
- 3) *побудова кількісної моделі*, яка визначає вартість виконання бізнес-процесу; побудувавши кількісну модель бізнес-процесу, можна побудувати і модель фінансового плану підприємства.

У практиці створення моделі бізнес-процесів підприємства використовуються у різному поєднанні такі **методи моделювання**:

- *функціональне моделювання* – бізнес-процеси подаються у вигляді набору елементів - робіт, які взаємодіють між собою, обмінюючись інформаційними і матеріальними потоками за допомогою людських і виробничих ресурсів; за допомогою функціонального моделювання можна провести системний аналіз бізнесу;
- *моделювання потоків даних (документообіг)* – доповнює те, що відображено у функціональній моделі; описуються потоки даних, що дозволяє простежити, яким чином відбувається обмін інформацією як всередині системи між бізнес-функціями, так і системи в цілому із зовнішнім інформаційним середовищем;
- *моделювання потоків робіт* – опис логіки побудови системи; взаємодії інформаційних потоків, послідовності виконання робіт та сценаріїв взаємодії підрозділів підприємства і процесів, які відбуваються у них.

Моделювання бізнес-процесів дозволяє не лише визначити як підприємство працює в цілому, як взаємодіє із зовнішніми суб'єктами, але й як організована діяльність на кожному робочому місці.

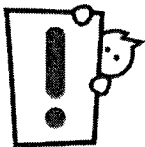
3. Рейнжиніринг в системі підвищення конкурентоспроможності підприємства

Управління бізнес-процесами підприємства називається *інжинірингом бізнесу*. Під ним розуміють постійне проектування процесів, тобто визначення їх «входів» і «виходів», послідовності кроків тощо.

Дещо по іншому трактується поняття рейнжинірингу.

Рейнжиніринг – це фундаментальне переосмислення і перебудова бізнес-процесів підприємства для досягнення ним істотного, стрибкоподібного поліпшення якості функціонування та забезпечення конкурентоспроможності

Суть рейнжинірингу полягає в тому, щоб спочатку змодельовати підприємство, а потім змінювати цю модель під вирішенням конкретних поточних і перспективних завдань. Найчастіше такі зміни відбуваються шляхом рішучого відсікання нерациональних ланок та функцій.

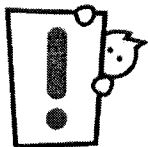


Реінжиніринг бізнесу – це масштабний проект, який реалізується згори донизу по організаційній структурі. Він дає можливість радикально оновити технологію бізнес-процесів та отримати цілком нові результати бізнесової діяльності.

<i>Мета реінжинірингу</i>	забезпечення виживання підприємства в екстремальній ситуації, суттєве прискорення його реакцій на зміни у ринковому середовищі, насамперед, у вимогах споживачів, підвищення конкурентоспроможності підприємства
<i>Цілі реінжинірингу</i>	<ul style="list-style-type: none"> • суттєве підвищення ступеня задоволення споживачів, орієнтація на їх поточні й майбутні потреби; • радикальне скорочення тривалості виробничого циклу, докорінне зменшення кількості процесів, зниження витрат часу на виконання функцій, а також їх вартості, • значне поліпшення управління якістю; • організація праці у групах, підвищення ролі ініціативи та рішень кожного окремого працівника; • суттєве зниження чисельності працівників; • створення умов для прискореного впровадження нових технологій у виробництво; • забезпечення адаптації підприємства до функціонування в умовах інформаційного суспільства і «суспільства знань»
<i>Властивості реінжинірингу</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ відмова від старих правил і догм у веденні бізнесу, створення бізнес-процесів з «чистого листка»; ▪ нехтування діючими застарілими системами, структурами і процедурами на підприємстві, радикальна зміна і пошук нових способів ведення бізнесу; слухним є правило: якщо неможливо змінити своє середовище, то можливо змінити свій бізнес; ▪ наявність суттєвих змін показників діяльності, які на порядок відрізняються від попередніх; <i>наприклад</i>, ріст витрати підприємства на 5-10% не є причиною реінжинірингу, він доцільний у випадках дуже різких змін

У практиці функціонування підприємств найчастіше *реінжиніринг використовується за умови, коли:*

- 1) підприємство перебуває у глибокій кризі, *наприклад*, коли різко знизився попит на його продукцію, суттєво зросли витрати і т.д.;
- 2) поточний стан підприємства є задовільним, але прогнози його подальшої діяльності є досить невтішними, *наприклад*, з'явилися тенденції в частині зниження конкурентоспроможності, рентабельності, зміни споживчих уподобань тощо);
- 3) досить благополучне, але агресивне підприємство прагне швидко «відірватись» від найближчих конкурентів і створити унікальні конкурентні переваги; у цьому випадку реінжиніринг є ідеальним напрямом ведення бізнесу.



Реінжиніринг бізнесу має ту особливість, що в якості його рушійної сили виступають потреби клієнтів підприємства та зміна цих потреб. Погляд на діяльність підприємства з позицій споживачів часто призводить до проектування цілком нових бізнес-процесів, які не існували на ньому раніше.

Етапи реінжинірингу

Етап 1. *Формування бажаного з точки зору майбутнього виживання і подальшого розвитку образу підприємства на основі розробки його стратегій. Такий образ відображає напрями розвитку бізнесу з метою досягнення стратегічних цілей.*

Етап 2. *Створення моделі існуючого бізнесу підприємства. Для цього проводиться аналіз наявного бізнесу, складаються схеми його бізнес-процесів на даний момент, оцінюється їх ефективність за даними контролінгу, аналізу організаційного середовища, визначаються бізнес-процеси, які потребують корінної перебудови.*

Етап 3. *Розробка моделі нового бізнесу. Відбувається перепроєктування поточного бізнесу – прямий реінжиніринг. Для створення такої моделі бізнесу мають місце такі дії:*

а) перепроєктування вибраних бізнес-процесів, створення більш ефективних бізнес-функцій, визначення нових технологій. *Наприклад*, бізнес-процес виробництва заготовок виробів із пластмаси передбачає такі бізнес-функції, як розробка проекту, креслення виробу, виготовлення форми для відливу заготовок, створення рецептури і приготування розчину, відлив заготовки; деякі з цих функцій можуть бути автоматизовані, що радикально змінить бізнес-процес в цілому;

б) формування нових функцій персоналу; переробка посадових інструкцій, розробка програми підготовки та перепідготовки працівників, визначення оптимальної системи мотивації;

в) створення необхідних для здійснення реінжинірингу інформаційних систем: визначення обладнання і програмного забезпечення, забезпечення доступності інформації кожному учаснику процесу реінжинірингу;

г) проведення тестування нової моделі, тобто її попереднє застосування в обмеженому масштабі.

Етап 4. *Впровадження моделі нового бізнесу у господарську діяльність підприємства. Всі елементи нового бізнесу реалізуються на практиці. При цьому важливою є організація «плавного переходу» від старих до нових бізнес-процесів, уникнення виробничих стресів тощо. Для цього необхідними є підготовчі до проведення реінжинірингу роботи.*

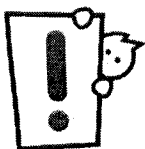
Процес реінжинірингу на кожному підприємстві відбувається по своєму, оскільки кожне підприємство є специфічним і різними є мета, цілі та умови проведення реінжинірингу.

Однак у будь-якому випадку реінжиніринг спричиняє виникнення певних наслідків для підприємства, основними з яких є:

Наслідки реінжинірингу

- ✓ перехід до горизонтальної лінійної структури управління підприємством замість функціональної; це дає можливість ліквідувати неузгодженість і протиріччя між цілями різних функціональних підрозділів, скоротити кількість рівнів управління;
- ✓ урізноманітнення праці виконавців, що є сильним мотивуючим чинником їх праці, а також можливість самостійно ініціювати та приймати певні рішення;
- ✓ багатогранна і безперервна освіта працівників; залежність їх кар'єрного росту від особистих здібностей, здатності виконувати певну роботу;
- ✓ залежність оплати праці від отриманого результату роботи команди бізнес-процесу, а не від оцінки її діяльності;
- ✓ ключовою персоною, на яку скеровані зусилля команди бізнес-процесу, є клієнт; будь-яка робота набирає змісту: «для клієнта», а не «для начальника»;
- ✓ зміна функцій менеджерів, мінімізація їх керуючого і контролюючого впливу і заміна його на тренерський; менеджер допомагає команді вирішити проблему;
- ✓ зміна ролі вищого керівництва, наближення їх до виконавців, сповідування керівниками принципів «командної гри» та цінностей і переконань безпосередніх виконавців

Не завжди і не всі процеси реінжинірингу є успішними. Часто спроби реінжинірингу завершуються фіаско. Наслідками таких невдач є невикористані можливості зміни бізнесу, зруйнована структура підприємства та ін., а їх причинами можуть бути, наприклад, намагання поліпшити існуючий процес замість його перепроєктування, відсутність концентрації на бізнес-процесах або навпаки – концентрація лише на перепроєктуванні бізнес-процесів замість перебудови всього підприємства, недооцінка ролі цінностей і переконань виконавців процесу, недостатній авторитет керівника, недостатність ресурсів для проведення реінжинірингу та ін.



Важливо пам'ятати: реінжиніринг починається із перепроєктування бізнес-процесів, але цим не закінчується. Він має набагато глибший вплив на всю бізнес-систему підприємства: від зміни організаційної структури і системи управління ним до формування нових цінностей бізнесу і корпоративної культури.

4. Бенчмаркінг як інструмент поліпшення практики ведення бізнесу

Досягнення бізнесом максимальної результативності супроводжується не лише ретельним аналізом показників власної діяльності в динаміці і на підставі цього визначення напрямків майбутніх дій. Дати поштовх на шляху до успіху в бізнесі може бенчмаркінг.

Попри різноманітність трактувань сутності бенчмаркінгу, в його основі - пошук кращих методів, які ведуть до поліпшення діяльності підприємства.

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

Як правило, бенчмаркінг застосовується підприємством, яке хоче поліпшити свою діяльність. Воно порівнює свої продукти, послуги, процеси з продуктами, послугами, процесами іншого суб'єкта бізнесу. Іноді можуть проводитись порівняння всередині самого підприємства.

Для порівняння зі своїми процесами або продуктами вибирається підприємство, яке займає лідируючі позиції у тому чи іншому питанні. *Наприклад*, використовує найсучасніші технології, вдало організовує маркетинг, результативно провадить роботу з кадрами і організовує систему мотивації та ін.

Для проведення бенчмаркінгу не обов'язково вибирати прямих конкурентів. Об'єктом порівняння може бути підприємство з іншої сфери діяльності або те, яке працює з іншою групою споживачів.

Умовою досягнення максимальної віддачі від застосування бенчмаркінгу на підприємстві є ґрунтовне розуміння своїх власних бізнес-процесів, їх параметрів, виявлення причин, які перешкоджають їх удосконаленню тощо. Лише тоді можна застосовувати кращі практики інших підприємств у його діяльності.

**Напрямки
бенчмаркінгу**

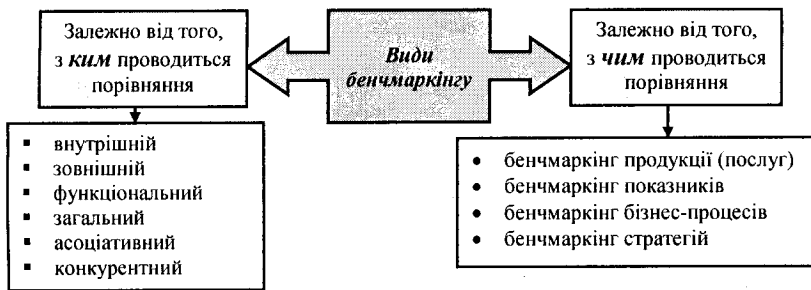


- ❖ *бенчмаркінг логістики*; дозволяє швидко і з невеликими затратами виявити проблеми в логістичній системі щодо виконання замовлень, транспортування, складування та ін.;
- ❖ *бенчмаркінг розробки стратегій, окремих операцій та управлінських функцій*; дозволяє виявити слабкі місця у стратегічному і поточному управлінні, прийняти адекватні рішення по їх усуненню;
- ❖ *бенчмаркінг як спосіб оцінки стратегій та цілей роботи в порівнянні з підприємствами-лідерами*; спрямований на коригування напрямків стратегічного розвитку та процесу цілевизначення;
- ❖ *товарний бенчмаркінг*; дозволяє оцінити параметри і конкурентоспроможність власної продукції, визначити напрямки їх поліпшення

Бенчмаркінг як процес має дуже багато *різновидів* залежно від об'єктів порівняння.

Внутрішній бенчмаркінг – це порівнянням продукції, послуг, процесів з близькими або схожими аналогами середині підприємства. При такому виді бенчмаркінгу досить легко зібрати дані, але є обмеженими можливості для порівняння, а результати часто бувають упередженими.

Зовнішній бенчмаркінг ще називається *партнерським*, оскільки він проводиться кількома однопрофільними або різнопрофільними підприємствами на основі укладеного договору про проведення спільних порівняльних досліджень діяльності кожного з них. Метою такого виду бенчмаркінгу є надання допомоги один одному у забезпеченні подальшого успішного розвитку. Зовнішній бенчмаркінг однопрофільних підприємств (конкурентів) є своєрідним способом пом'якшення конкурентної боротьби.



Функціональним бенчмаркінгом є такий, при якому порівнюються процеси, функції, технології, методи власного підприємства зі схожими процесами, функціями тощо іншого підприємства, яке працює в іншій сфері діяльності. При такому виді бенчмаркінгу, застосовуючи легальні методи отримання інформації, можна одержати об'єктивні та важливі дані з меншими зусиллями і затратами.

Загальний бенчмаркінг є міжгалузевим, оскільки порівнюються підприємства незалежно від сфери економіки, які володіють кращими у своєму сегменті процесами і підходами. Такі підприємства відкрито публікують інформацію про свою діяльність. З неї вибираються для аналізу та порівняння ті процеси і підходи, які найбільш важливі для підприємства і які можливо адаптувати до умов власного виробництва.

Асоціативний бенчмаркінг проводиться підприємствами, які об'єднані у вузькому бенчмаркінговому альянсі.

Конкурентний бенчмаркінг передбачає порівняння власних продукцій, процесів, показників з продукцією, процесами і показниками безпосередніх конкурентів, які працюють на місцевому, регіональному або зовнішньому ринку. Доцільно вибирати конкурентів, які знаходяться на «вищому рівні» ринку. *Наприклад*, підприємству, яке працює на регіональному ринку, варто вибрати для порівняння підприємство, яке вже вийшло на зовнішній ринок. Джерелом інформації про такі підприємства є вони самі, а також постачальники, споживачі та ін.

Бенчмаркінг продукції (послуг) є одним із найпоширеніших. Він передбачає орієнтацію на випущені конкурентами окремі види продукції або

навіть на усю їх пропозицію (асортимент). Це значно полегшує оцінку власних конкурентних позицій на ринку.

Бенчмаркінг показників допомагає представити і порівняти у кількісному виразі власні досягнення підприємства і поставити завдання. Однак, не завжди дозволяє дати оцінку конкурентоспроможності підприємства. Такий бенчмаркінг ґрунтується на загальнодоступній інформації, яку оприлюднюють підприємства, тому є менш витратним.

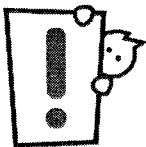
Бенчмаркінг бізнес-процесів сконцентрований саме на бізнес-процесах підприємств; вони відображають їх можливості та забезпечують конкурентоспроможність. *Наприклад*, два підприємства використовували однакові ресурси, мали доступ до споживачів, однак одне з них більш ефективно організувало свої бізнес-процеси і забезпечило кращу результативність виробництва.

Бенчмаркінг стратегій необхідний для прийняття ефективних стратегічних рішень. Аналогічно, як при бенчмаркінгу бізнес-процесів, досить складно провести аналіз стратегій. Це пояснюється обмеженістю публічної інформації про стратегічні аспекти діяльності підприємств. Однак, існують можливості проведення успішного бенчмаркінгу стратегій на основі результатів первинних досліджень та використання різних методів стратегічного аналізу.



**Етапи
бенчмаркінгу**

1. Визначення, аналіз і деталізація об'єкта бенчмаркінгу.
2. Виявлення та визначення характеристик, за якими буде проводитись бенчмаркінг.
3. Формування команди бенчмаркінгу.
4. Вибір партнерів по бенчмаркінгу.
5. Збір та аналіз інформації, необхідної для порівняння.
6. Оцінка можливостей підприємства по досягненню необхідних характеристик в порівнянні з партнером по бенчмаркінгу.
7. Визначення можливих змін існуючої практики роботи.
8. Розробка стратегічних цілей і планів для досягнення бажаного рівня характеристик.
9. Реалізація запланованих змін та постійний контроль за ходом перетворень на підприємстві, коригування планів.
10. Ухвалення рішення про проведення повторного циклу бенчмаркінгу в нових умовах після досягнення поставлених цілей.



Підприємство при прийнятті рішення про застосування бенчмаркінгу як інструменту постійного удосконалення своєї діяльності може виділити його в окремий бізнес-процес і врахувати обсяг необхідного для його забезпечення фінансування.

Бенчмаркінг забезпечує підприємству цілий ряд переваг, які можуть зіграти ключову роль у його конкурентній боротьбі та забезпечити непогані конкурентні позиції. Такими *перевагами бенчмаркінгу* є:

- ❖ оцінка глобальних напрямків розвитку галузі на термін до 10 років;

- ❖ вибір перспективної ринкової ніші;
- ❖ розробка ефективних моделей управління і адаптація методів управління виробництвом, маркетингом та ін.;
- ❖ вибір орієнтирів для розробки кадрової політики підприємства і підготовка власного управлінського резерву;
- ❖ ефективний розподіл фінансів з врахуванням різноманітності проєктів.

Разом з тим *застосування бенчмаркінгу в Україні пов'язане з певними бар'єрами*, обумовленими відсутністю відкритої інформації для порівняння та обміну досвідом; труднощами збору інформації, оцінки ступеня її достовірності; обмеженою чисельністю фахівців у галузі здійснення бенчмаркінгу; непрозорістю середовища функціонування підприємств; «закритістю» багатьох компаній щодо обміну власним досвідом та інформацією та ін.

5. Система виживання підприємства в ринкових умовах

Ринкова система господарювання є досить демократичною, але водночас дуже жорсткою: в умовах конкуренції підприємства змушені боротись за ресурси, ринки, технології, споживачів тощо. Часто вони повинні просто виживати, тобто зберігати свою життєздатність у складних ринкових умовах і створювати передумови збереження цієї життєздатності у стратегічній перспективі.

Виживання (самозбереження) підприємства - це наявна можливість його позитивного розвитку, внаслідок якого нормалізується стан підприємства як системи, відновлюється його конкурентоспроможність та забезпечується ефективне господарювання

Виживання підприємства також можна трактувати як такий стан його розвитку, який припускає своєчасну і результативну адаптацію до змін внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування.

Здатність підприємства використати свою можливість позитивного розвитку пов'язана з терміном *«потенціал виживання»*. Цей термін, як правило, використовується для прогнозної оцінки майбутніх перспектив розвитку підприємства та його можливостей щодо подолання кризових явищ.

«Потенціал виживання» підприємства є функцією від:

- ресурсних передумов виживання підприємства;
- наявних перспектив і можливостей його розвитку;
- зовнішніх умов ведення підприємницької діяльності.

Ці складові «потенціалу виживання» перебувають в тісному взаємозв'язку. *Перша* з них характеризує наявне ресурсне забезпечення діяльності підприємства, його відповідність стратегічним цілям та ринковим умовам функціонування.

Поширеним став термін «ресурсний потенціал» підприємства, який складається із запасів природних, матеріальних, фінансових, інформаційних і трудових ресурсів. За змістом цей термін використовується насамперед для характеристики джерел ресурсів та можливостей майбутнього розвитку виробничої системи у разі їх мобілізації.

Важливішими показниками, які використовуються для характеристики ресурсного потенціалу підприємства, можуть бути показники:

- обсягу та складу ресурсів підприємства; вони відображають їх матеріально-речову і територіальну структуру;
- оцінки повноти використання окремих видів ресурсів, *наприклад*, коефіцієнт використання металу;
- збалансованості складу ресурсів, які дають можливість виявити та кількісно оцінити необхідність структурних зрушень у ресурсному забезпеченні виробництва, надлишок або дефіцит окремих видів ресурсів, *наприклад*, коефіцієнт збалансованості складу ресурсів, рівень дефіцитності окремого ресурсу та ін.;
- взаємозамінності ресурсів, *наприклад*, коефіцієнт взаємозамінності одного ресурсу іншим, який характеризує питому вагу заміщення в загальному обсязі використання ресурсів;
- ефективності використання ресурсів, *наприклад*, матеріаловіддача, реальна або умовна економія обсягу використання певного ресурсу у зв'язку з підвищенням ефективності його використання.

Друга складова «потенціалу виживання» підприємства відображає внутрішні можливості до його розвитку, удосконалення ресурсного забезпечення; а *третья* – характеризує стан та очікувані зміни у зовнішньому середовищі, які впливають на перші дві складові потенціалу.

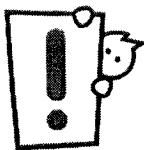
Вживання підприємства також є оцінкою трьох типів сталості – зовнішньої, внутрішньої та успадкованої.

Зовнішня сталість підприємства досягається шляхом регулюючих впливів з боку держави, тобто зовнішнім відносно підприємства управлінням. Вона забезпечується державними замовленнями, доступом до пільгових державних кредитів, наданням пільг в оподаткуванні, адресних дотацій, субвенцій, списанням боргів та ін.

Зовнішня сталість «доступна» досить обмеженому колу підприємств, насамперед тих, котрі мають вирішальне значення для підтримки життєдіяльності та обороноздатності країни або «доступ» до державних замовлень, різного роду пільг тощо.

Внутрішня сталість ґрунтується на здатності підприємства активно реагувати на зміни зовнішніх і внутрішніх чинників. Вона визначається потенціалом підприємства щодо збереження стану рівноваги при виникненні внутрішніх та зовнішніх рухів капіталу. Це дає можливість своєчасно відновлювати, удосконалювати і розвивати економічну систему підприємства.

Успадкована сталість підприємства є результатом нагромадженого запасу внутрішньої міцності підприємства як системи, наявності у нього ресурсів для захисту від дестабілізуючих чинників.



Отже, здатність підприємства до виживання визначається наявністю передумов для забезпечення його внутрішньої і успадкованої сталості. Чим вищою є сталість підприємства, тим вищою є імовірність його виживання.

Адаптація підприємств до динамічних змін зовнішнього середовища пов'язана не лише з їх виживанням, а й комплексною трансформацією.

Трансформація підприємства – це процес реалізації системних організаційно-управлінських перетворень (реструктуризації та ін.) з метою досягнення основних його цілей, насамперед – підтримки конкурентоспроможності на ринку

Важливою ознакою комплексної трансформації підприємства в умовах ринку є системність здійснюваних перетворень. Комплексний підхід лежить в основі побудови системи управління трансформаціями як частини системи управління підприємством.

Основні цілі трансформації підприємства

- удосконалення організаційних характеристик (структури управління, інноваційної структури, використання інформаційних технологій тощо);
- зниження операційних витрат (активізація інноваційної діяльності, підвищення кваліфікації працівників, удосконалення технології та методів роботи та ін.);
- реалізація економічного ефекту «масштабного» виробництва (виникнення позитивного синергічного ефекту окремих підприємств у складі великих корпорацій);
- зниження цін на продукцію (за рахунок використання конкурентних переваг, зниження податків тощо);
- соціальний розвиток підприємства (піклування про потреби працівників, створення доброзичливого соціального середовища, формування відносин соціального партнерства і т.д.);
- розвиток корпоративної культури (зміцнення позитивного іміджу підприємства, відповідальності працівників за результати його функціонування та ін.);
- розвиток зовнішніх господарських зв'язків (науково-технічної співпраці, взаємодії з постачальниками, споживачами, вертикальної інтеграції тощо)

Трансформація підприємства є дуже складною справою. Її втілення у життя потребує осмислення цілої низки *комплексних проблем*, найбільш очевидними з яких є: чітка ідентифікація перетворень, дотримання маркетингового вектору у прийнятті управлінських рішень, розуміння «вихідного» становища бізнесу та кінцевого його стану, який має принести очікуване благополуччя. Майже половина трансформаційних проєктів, які

започатковуються на підприємствах, не приносять бажаних результатів, фактично зводяться нанівець.

Для досягнення успіхів у процесі комплексної трансформації підприємства доцільно дотримуватись таких *етапів*:

1. *Визначення доцільності комплексної трансформації підприємства* на основі поглибленої діагностики поточної його діяльності одночасно за двома напрямками: по перше, аналіз ефективності використання основних фондів, трудових ресурсів, витрат, прибутку, оцінка фінансового стану підприємства; по-друге, оцінка ринкової конкурентоспроможності.
2. *Окреслення генеральної мети та завдань щодо запланованих перетворень*. Основною вимогою даного етапу є повноцінне узгодження інтересів безпосередніх учасників перетворень, вирішення можливих конфліктів в процесі потре творень, своєчасне коригування ціле трансформації та ін.
3. *Плануванні найбільш вірогідної версії розвитку трансформаційних подій на підприємстві*. Така версія може бути сформована, виходячи із можливих стратегічних сценаріїв: зростання, оптимізації або скорочення. Майбутні плани мають відображати технологію змін (управлінські прийоми, форми, методи і підходи до втілення перетворень, вибір лідера та створення команди організаційних змін).
4. *Реалізація пілотного проекту з метою перевірки власних задумів на життєздатність*. Такий проект сприяє виявленню «вузьких місць», які слід ліквідувати якнайшвидше і з мінімальними втратами. Крім того, впровадження будь-якого нововведення неможливе без складання бюджету, поточних графіків виконання робіт, розподілу відповідальності на кожному етапі впровадження змін. Тому пілотний проект дозволяє співставити очікувані доходи від запланованих змін та видатки на них.
5. *Впровадження проекту комплексної трансформації у практику господарювання підприємства*. Успіх цього етапу пов'язаний з розробкою ефективної системи моніторингу перетворень та їх оцінки; накопичення маркетингової інформації щодо змін у діяльності підприємства для виявлення реальних наслідків перетворень; розробкою заходів подолання опору працівників щодо нововведень.

Успішно проведена комплексна трансформація підприємства є об'єктивною передумовою досягнення ним успіху в бізнесовій діяльності в ринкових умовах.

6. Реструктуризація підприємства: види, форми і механізм здійснення

Одним із найрадикальніших заходів стабілізації виробництва та виходу з економічної кризи є реструктуризація підприємства. Вона пов'язана з докорінною перебудовою існуючої системи виробництва. В *Законі України*

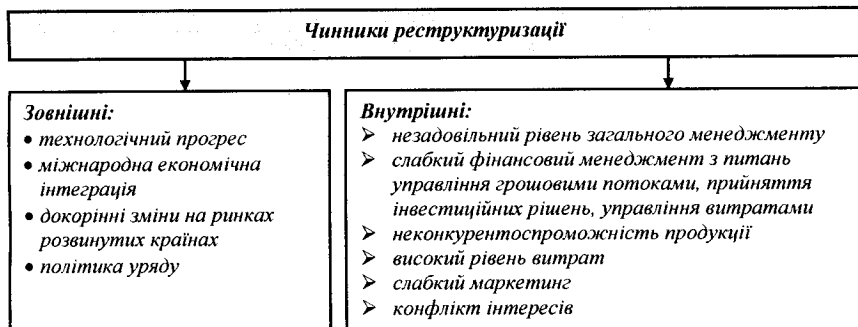
«Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» (1992 р.) визначена сутність, форми та процес реструктуризації підприємства.

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

Метою проведення реструктуризації є створення таких господарюючих суб'єктів, які здатні виготовляти конкурентоспроможну продукцію, бути технічно забезпеченими і фінансово дієздатними.

Реструктуризація на рівні підприємства стосується перебудови усіх сфер його діяльності: від виробничо-технічних та організаційних систем до фінансових аспектів та проблем власності. Вона має забезпечити, в кінцевому підсумку, платоспроможність підприємства внаслідок зменшення витрат, підвищенням продуктивності праці, запровадженням нової технології, модернізації обладнання та ін.

Було б хибним вважати, що реструктуризувати доцільно лише слабкі підприємства, які опинились на межі банкрутства. Успішні, прибуткові підприємства також можуть використовувати різні варіанти реструктуризації з метою забезпечення достатньої прибутковості своїх акцій у майбутньому.



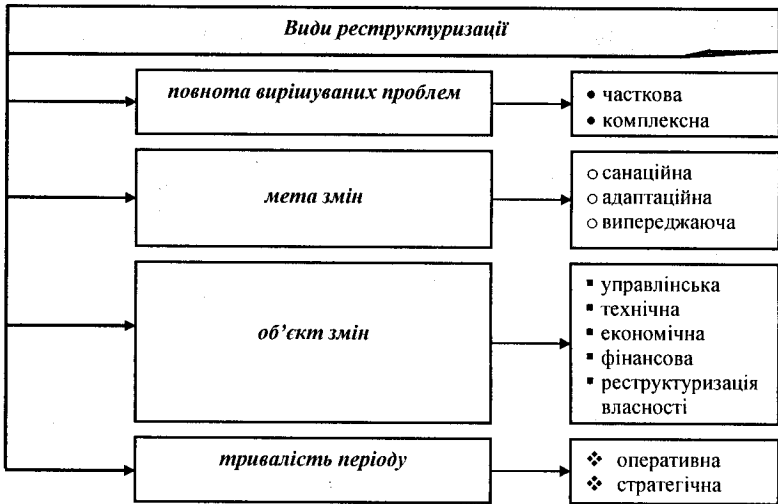
Реструктуризаційні зміни на підприємствах можуть стосуватись: модернізації (оновлення устаткування, технологій); реорганізації (зміни методів поділу праці, потоків інформації); адаптації (приспособування елементів підприємства до поточних умов); нововведень (продуктових і процесних).

Реструктуризація передбачає зміну:

- майна (правового статусу) підприємства;

- організаційної структури підприємства;
- виробничої структури;
- структури виробничої програми;
- структури залученого капіталу;
- структури активів;
- структури доходів і витрат;
- структури персоналу;
- інформації;
- інших структур.

Характер та особливості реструктуризаційних процесів значною мірою залежать від *виду* реструктуризації.



Часткова реструктуризація підприємства використовується для відновлення його технічної і економічної дієздатності шляхом додаткової емісії цінних паперів, переоцінки активів, зниження дебіторської заборгованості, переоформлення боргів тощо.

Комплексна реструктуризація охоплює більш суттєві зміни у формі розробки нової організаційної структури, технічної, технологічної і продуктової політики, змін у менеджменті та ін.

Санаційна (відновна) реструктуризація застосовується у випадку передкризового або кризового стану підприємства і прагненні вийти з нього. Ознаками такого стану є: втрата ринкових позицій, проблеми з постачанням та залишками матеріалів, значні обсяги незавершеного виробництва, запасів готової продукції, заборгованість перед банками, кредиторами і державою, втрата ліквідності.

Основними напрямками реструктуризації в цій ситуації є: скорочення ресурсів, скорочення ринків, скорочення пропозиції, зменшення розмірів підприємства.

Адаптаційна (прогресивна) реструктуризація доцільна за відсутності кризи, але при появі негативних тенденцій з метою їх подолання і адаптації підприємства до нових ринкових умов. Ознаками такого стану є: зниження загальної ефективності, вичерпання ринкового потенціалу, відсталість у порівнянні із світовими стандартами, перспективи на інших ринках, низька ефективність управління.

У рамках цієї реструктуризації найчастіше запроваджуються: *просторова диверсифікація* (розвиток нових внутрішніх та зовнішніх ринків); *продуктова диверсифікація* (розвиток нових продуктів, як споріднених так і відмінних).

Випереджаюча реструктуризація має місце в успішних компаніях, які передбачають можливість зміни умов функціонування і прагнуть підсилити свої ключові позиції і конкурентні переваги. Характерними рисами такої реструктуризації є стратегічні альянси, купівля - продаж бізнесів.

Управлінська реструктуризація пов'язана зі зміною організаційної структури підприємства, менеджменту, інноваційної, технологічної і маркетингової політики, системи підготовки і перепідготовки кадрів.

Технічна реструктуризація покликана забезпечити підприємству відповідний рівень виробничого потенціалу, технології, ефективних систем постачання та ін. з метою виробництва конкурентоспроможної продукції.

Економічна реструктуризація повинна забезпечити достатній рівень рентабельності шляхом оптимізації капітальних і поточних витрат, обсягу продажу, збалансованої цінової політики тощо.

Фінансова реструктуризація стосується управління пасивами підприємства, а саме його заборгованістю, і передбачає зміну структури пасивів шляхом: відстрочки погашення заборгованості, зниження процентної ставки по заборгованості, визначення більш вигідної для підприємства схеми погашення заборгованості, заміни частки заборгованості на акції, анулювання частки або всієї заборгованості, отримання від кредиторів нових позик або гарантій.

Реструктуризація власності стосується зміни власника державних підприємств, зміни власності через зміну участі в капіталі та ін.

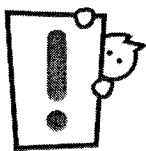
Оперативна реструктуризація розрахована на декілька місяців. За цей час підприємство повинно вирішити питання підвищення своєї ліквідності за рахунок внутрішніх ресурсів в рамках санаційної реструктуризації. Вона полягає у: створенні або виділенні нових структурних підрозділів підприємства, оперативному зниженні дебіторської заборгованості, зменшенні величини оборотних фондів через виявлення і реалізацію зайвих запасів, скороченні обсягів основних фондів через реалізацію зайвого обладнання, транспортних засобів тощо, оцінці та припиненні здійснення неефективних інвестицій і т.д.

Стратегічна реструктуризація здійснюється в довгостроковому періоді, базується на результатах оперативної реструктуризації і передбачає залучення як внутрішніх, так і зовнішніх джерел фінансування в межах адаптаційної та

випереджаючої реструктуризації. Вона може передбачати: диверсифікацію виробництва, завоювання нових ринків збуту, придбання нового устаткування, впровадження новітніх технологій, сертифікацію виробництва, зміну організаційної структури підприємства, підвищення кваліфікації персоналу, реструктуризацію власності, купівлю-продаж бізнесу.

Формами реструктуризації підприємств можуть бути:

1. **Конверсія.** Підприємство переходить на випуск принципово нового виду продукції, яка має нове призначення і зміст. При цьому освоюється випуск такої продукції, яка користується попитом і є ліквідною. При такій формі реструктуризації варто якомога ефективніше використати будівлі, споруди, виробничі площі, наявне обладнання існуючих підприємств.
2. **Диверсифікація** передбачає одночасний розвиток багатьох виробництв, непов'язаних один з одним за видами виробництва, асортиментом продукції. Є характерною для великих компаній у розвинених країнах, коли внаслідок внутрішньої нестійкості, існування певних ризиків підприємства об'єднуються або входять до складу великого монополістичного об'єднання. Такі об'єднання перетворюються у складні комплекси, часто технологічно не пов'язані між собою.
3. **Розукрупнення** підприємства відбувається, коли на базі великого підприємства створюються декілька самостійних підприємств шляхом виділення окремих структурних підрозділів для подальшої їх діяльності (без або зі створенням нових юридичних осіб).



Для оцінки можливостей і перспектив реструктуризації підприємства доцільно оцінити його ринкову вартість.

Показник ринкової вартості є важливою комплексною фінансово-економічною характеристикою, яка відображає ефективність функціонування підприємства, його теперішній стан та очікувані перспективи функціонування.

Цей показник є досить чутливим до зміни господарської ситуації на підприємстві, *наприклад*, зниження рентабельності функціонування, погіршення платоспроможності, збільшення інвестиційного ризику, втрату конкурентних переваг та ін. Ці та інші чинники спричиняють зменшення ринкової вартості господарюючого суб'єкта. Тому більшість зарубіжних компаній прагнуть ефективно управляти ринковою вартістю свого бізнесу. Усі їх господарські рішення оцінюються через призму досягнення важливої мети - збільшення ринкової вартості компанії.

Для визначення вартості підприємства використовуються різні методи. Кожен з них має свої особливості і сфери використання. Основними можна вважати: витратний, дисконтування грошових потоків, ринкового порівняння, комбінований.

Оцінку вартості підприємства (бізнесу) в процесі його реструктуризації доцільно здійснювати на основі підходу Мак-Кінзі. Алгоритм проведення реструктуризації складається з п'яти основних кроків. Тому такий підхід (модель) ще називається *«пентаграмою Мак-Кінзі»*:

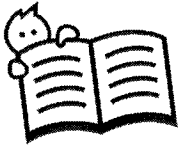
1. *Визначення поточної ринкової вартості підприємства.* Найчастіше інформацію для такої оцінки можна одержати через котирування цінних паперів підприємства на фондовому ринку, а якщо такої інформації немає, то розрахунок поточної вартості бізнесу може здійснити менеджмент підприємства.
2. *Оцінка потенційної вартості підприємства за умови відсутності будь-яких змін, в тому числі й реструктуризаційних.* Така оцінка ґрунтується на аналізі майбутніх прогнозованих грошових потоків за умови реалізації поточних планів діяльності підприємства. Одержаний показник порівнюється з поточною ринковою вартістю підприємства. Різниця між поточною та потенційною вартістю є критерієм для прийняття рішення про необхідність реструктуризації підприємства.
3. *Оцінка потенційної вартості бізнесу за умов реалізації оперативних і стратегічних можливостей підприємства в рамках реалізації проекту реструктуризації.* Такий проект спрямований, насамперед, на внутрішні зміни, а саме: зміни у ціновій політиці, операційній діяльності та просуванні товару на ринок, пошук нових ринків або орієнтацію на нові сегменти, зниження собівартості продукції, прискорення оборотності капіталу та ін.
4. *Реалізація зовнішніх змін, до яких належать:*
 - купівля або продаж структурних підрозділів підприємства;
 - злиття з іншими підприємствами (компаніями);
 - створення спільних підприємств або стратегічних альянсів;
 - виокремлення структурних одиниць;
 - ліквідація окремих підрозділів або видів діяльності.Усі ці заходи оцінюються з точки зору зростання вартості підприємства в цілому або сумарної вартості його відокремлених одиниць.
5. *Оцінка оптимальної реструктуризованої вартості підприємства як результату поліпшення процесів управління капіталом, оптимізації рівня заборгованості, конвертації боргів у власний капітал тощо.* Така вартість є максимальною вартістю підприємства з урахуванням внутрішніх і зовнішніх покращень.

Зрозуміло, зростання ринкової вартості підприємства є комплексним показником ефективності проведеної реструктуризації. Хоча її результати можна також оцінювати за рівнем прибутковості, наявністю позитивних грошових потоків, зростанням продуктивності праці та усіх інших видів ресурсів, зростанням обсягів експорту та ін.



Питання для самоконтролю

1. У чому полягає відмінність між основними і допоміжними бізнес-процесами підприємства?
2. Що таке «вхід» і «вихід» бізнес-процесу?
3. Дайте «рольову» характеристику процесного підходу до управління підприємством.
4. Чим відрізняються поняття «результативність» та «ефективність» бізнес-процесу?
5. Якими є основні методи моделювання бізнес-процесів?
6. За яких умов доцільно використовувати реінжиніринг на підприємствах?
7. Якими є причини невдач реінжинірингу на підприємствах?
8. Коротко охарактеризуйте основні напрямки бенчмаркінгу.
9. Якими є стримуючі чинники застосування бенчмаркінгу у вітчизняних умовах господарювання?
10. Охарактеризуйте складові «потенціалу виживання» підприємства.
11. Чи доцільно проводити реструктуризацію успішних підприємств? Чому?
12. Що таке «пентаграма Мак-Кінзі»? Для чого вона використовується?



Література

1. Андерсен Б. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования / Б. Андерсен; [пер. с англ. С.В.Ариничева; науч. ред. Ю.П. Адлер]. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2003. – 272 с.
2. Бабак О.А. Реінжиніринг як сучасний інструмент інноваційної діяльності підприємств / О.А. Бабак. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portalsoc_gum/evu/2011_17_1/Babak.pdf
3. Багієв Г.Л. Бенчмаркінг як функція й інструмент підприємницької діяльності. / Г.Л. Багієв, Ю.Н. Соловйова // У кн.: Міжнародна наукова конференція «Маркетинг і культура підприємництва: Тези доповідей. – Х.: Вид-во «Гал», 2002. – Ч.1.
4. Биннер Х.Ф. Управление организациями и производством: от функционального менеджмента к процессному / Х.Ф. Биннер; пер. с нем. – М: Альпина Бизнес Букс (Альпина Паблишерз), 2010. – 282 с.
5. Бойчик І.М. Формування бізнес-моделі підприємства: курс лекцій / І.М. Бойчик. – Тернопіль, 2009. – 131 с.
6. Виноградова О.В. Реінжиніринг торговельних підприємств: теорія та методологія: дис. док. екон. наук / О.В. Виноградова. – Д.: Донецький державний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, 2006. – 435 с.
7. Галиця І.О. Концептуальні підходи до стратегії інноваційного розвитку суб'єктів господарювання / І.О. Галиця // Проблеми науки. – 2006. – № 8. – С.14-21.
8. Гордієнко Л.Ю. Управління організаційними трансформаціями: теоретико-методолічні засади та управлінський інструментарій: монографія / Л.Ю. Гордієнко. – Х.: вид. ХНЕУ, 2011. – 124 с.
9. Гончарук А.Г. Бенчмаркінг як метод управління ефективністю підприємства / А.Г. Гончарук // Труды Одесского политехнического университета. – 2007. – Вып. I (27). – С.253-258.
10. Данько М. Реорганізація підприємств у контексті формування корпоративних структур / М.Данько // Економіка України. – 2007. – №1. – С.64-70.
11. Дафт Р.Л. Менеджмент / Р.Л. Дафт. – СПб.: Питер, 2002. – 832 с.

12. Ефимов В.В. Описание и улучшение бизнес-процессов: учеб. пособ. / В.В. Ефимов. – Ульяновск: УлГТУ, 2005. – 84 с.
13. Єсіпова К.А. Класифікація бізнес-процесів у туристичних підприємств / К.А. Єсіпова // Економічний простір. – 2010. – № 42. – С. 220-228.
14. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» (нова редакція від 22.12. 2011 р.) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/v_606600-13
15. Заласна Л.С. Економічна сутність розвитку підприємства. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/Articles/Kultnar/knp96/knp96_33-37.pdf.
16. Огольєва Л.Н. Реінжиніринг виробництва / Л.Н. Огольєва, Е.В. Чернецова, В.М. Радиковский. – М.: КНОРУС, 2005. – 304 с.
17. Кальниченко Л. Реструктуризація підприємств в умовах становлення ринкової середовища / Л. Кальниченко, А. Мендрул // Економіка України. – 2000. – № 10. – С.27-33.
18. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: навч. посіб. – 2-е вид. доп. і перер. – Л.: Національний університет «Львівська політехніка», «Інтелект-Захід», 2003. – 352 с.
19. Погорелов Ю.С. Розвиток підприємства: поняття та види / Ю.С. Погорелов. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/Articles/Kultnar/knp88/knp88_75-81.pdf
20. Проблеми управління інноваційним розвитком підприємств у транзитивній економіці: монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: Університетська книга, 2005. – 582 с.
21. Табачник Б.И. Концепции реинжиниринга и управление бизнес-процессами / Б.И. Табачник // Проблемы современной экономики. – 2007. – № 1 (21). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/number.php?bnumber=21#432>
22. Тоцький В.І. Організаційний розвиток підприємства: навч. посіб. / В.І. Тоцький, В.В.Лаврененко. – К.: КНЕУ, 2005. – 247 с.
23. Філіна С.В. Трактатування поняття реінжиніринг бізнес-процесів як основного методу кардинальної перебудови бізнес-процесів / С.В. Філіна // Нові економічні системи в сучасних умовах. – 2011 – № 4. – С.210-213.
24. Харрингтон Дж., Оптимизация бизнес-процессов: документирование, анализ, управление, оптимизация/ Дж. Харрингтон, К.С. Эсселинг. – С-Пб.: Азбука, БМикро, 2003. – 317 с.
25. Чорнобай Л. І. Бізнес-процеси підприємства: загальна характеристика та економічна суть / Л.І. Чорнобай, О.І. Дума // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2013. – № 769. – С.125-131.

ТЕМА 17. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ТА АНТИКРИЗОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Питання для теоретичної підготовки

1. Економічна безпека підприємства: сутність, мета, елементи і схема організації.
2. Напрямки організації економічної безпеки підприємства за функціональними складовими.
3. Оцінка рівня економічної безпеки підприємства.
4. Служба безпеки підприємства. Управління безпекою.
5. Управління ризиками господарської діяльності.
6. Суть, мета і види санації підприємства.
7. Причини і симптоми банкрутства підприємства.
8. Процедура порушення справи про банкрутство.
9. Процес ліквідації збанкрутілих підприємств.

**Ключові
терміни і
поняття**

економічна безпека підприємства, функціональні елементи економічної безпеки підприємства, рівень економічної безпеки, критерій економічної безпеки, підходи до оцінки економічної безпеки підприємства, служба безпеки підприємства, ризик господарської діяльності, управління ризиками, ризик-менеджмент, методи зниження ризику, санація підприємства, мета санації підприємства, джерела фінансування санації підприємства, план санації, кризова ситуація, банкрутство, причини банкрутства, симптоми банкрутства, процедура банкрутства, ліквідація підприємства, ліквідатор, наслідки ліквідації підприємства

1. Економічна безпека підприємства: сутність, мета, елементи і схема організації

У процесі функціонування підприємства зазнають різноманітних впливів з боку досить агресивного середовища. Вони змушені забезпечувати себе від цих впливів і, тим самим, створювати умови для подальшого стабільного розвитку.

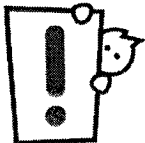
Економічна безпека підприємства характеризує його захищеність від негативного впливу зовнішнього середовища та здатність швидко усунути можливі загрози або пристосуватися до наявних умов діяльності

На рівні окремого господарюючого суб'єкта економічна безпека проявляється, крім забезпечення його нормальної і стабільної роботи, у попередженні витоку важливої інформації за межі підприємства.

Джерелами негативного впливу на економічну безпеку підприємства можуть бути об'єктивні та суб'єктивні чинники.

Об'єктивними є такі негативні впливи, які виникають незалежно від конкретного підприємства або його окремих працівників, *наприклад*, зміна кон'юнктури ринку, на якому функціонує підприємство, нові технологічні «прориви» і відкриття, форс-мажорні обставини тощо.

Суб'єктивними вважаються чинники, які мають місце через неефективну роботу підприємства в цілому або його окремих працівників, свідомі або несвідомі дії окремих посадових осіб, підприємств-конкурентів, органів державної влади, міжнародних інституцій та ін.



Основна мета економічної безпеки підприємства полягає у забезпеченні його теперішнього та майбутнього стійкого функціонування.

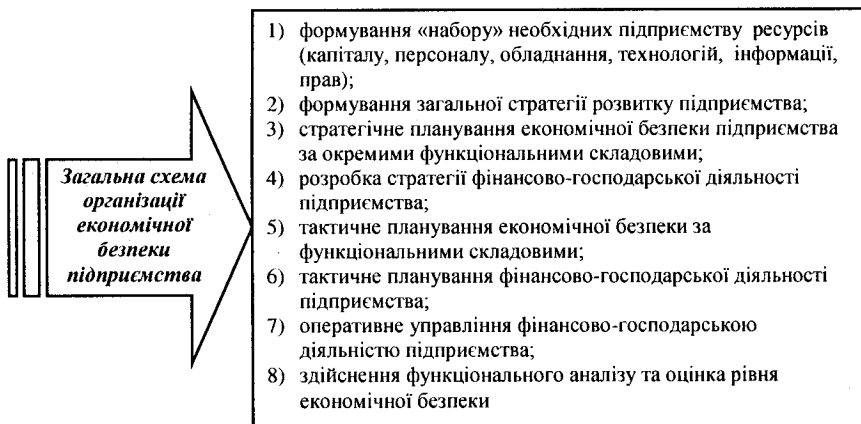
Функціональні цілі економічної безпеки підприємства полягають у забезпеченні:

- високого рівня фінансової стійкості та незалежності підприємства;
- технологічної незалежності та високої конкурентоспроможності технічного потенціалу;
- високої ефективності менеджменту, оптимальності та ефективності організаційної структури управління;
- високого рівня інтелектуального потенціалу та кваліфікації персоналу;
- максимальної правової захищеності діяльності підприємства;
- необхідного рівня інформаційного забезпечення роботи усіх підрозділів підприємства та захисту комерційної таємниці;
- безпеки персоналу підприємства, його майна і комерційних інтересів;
- мінімізації шкідливого впливу результатів виробничої діяльності на довкілля

Відповідно до функціональних цілей економічної безпеки підприємства можна виділити її основні функціональні структурні елементи (складові):

- b. фінансова складова;
- c. техніко-технологічна;
- d. кадрова та інтелектуальна;
- e. правова;
- f. інформаційна;
- g. силова;
- h. екологічна.

Кожна із цих складових покликана забезпечити найефективніше використання усіх видів ресурсів підприємства (капіталу, техніки і технологій, трудових, інформаційних ресурсів, прав, підприємницьких здібностей та ін.) з метою забезпечення його подальшого стабільного розвитку.



2. Напрямки організації економічної безпеки підприємства за функціональними складовими

Для того, щоб система економічної безпеки підприємства була ефективною в цілому, необхідно забезпечити організацію його економічної безпеки за кожним функціональним елементом.

Фінансова складова економічної безпеки є найважливішою, оскільки за ринкових умов господарювання фінанси є рушієм розвитку будь-якої економічної системи. Але, насамперед, слід оцінити загрози економічній безпеці, які мають *політико-правовий характер*, а саме:

- ❖ зовнішні негативні впливи, *наприклад*, недостатньо продумані рішення органів влади, використання конкурентами неприпустимих методів конкурентної боротьби, спекуляції на ринку цінних паперів та ін.;
- ❖ внутрішні негативні дії, *наприклад*, неефективна ринкова стратегія підприємства, непродумане фінансове планування та управління активами, помилкова цінова політика і т.д.;
- ❖ форс-мажорні обставини, *наприклад*, військові конфлікти, стихійні лиха, страйки, економічна блокада, несприятливі для бізнесу законодавчі акти тощо.

Для оцінки поточного рівня фінансової складової економічної безпеки підприємства слід проаналізувати:

- 1) *фінансову звітність та показники результативності роботи підприємства* (платоспроможність, фінансова незалежність, структура і використання капіталу, прибутку);

- 2) *становище підприємства на конкурентному ринку* (його частку ринку, рівень використовуваних технологій, ефективність маркетингу і менеджменту);
- 3) *ситуацію щодо випуску та обігу цінних паперів підприємства* (оператори та інвестори цінних паперів, курс акцій, його динаміка та ін.).

Важливою передумовою формування фінансової складової економічної безпеки підприємства є планування комплексу необхідних заходів та їх оперативна реалізація в процесі здійснення суб'єктом бізнесу фінансово-господарської діяльності.

Техніко-технологічна складова. Для її забезпечення на підприємстві повинні бути здійснені ряд послідовних кроків (етапів):

- 1) аналіз існуючих технологій виробництва продукції, аналогічної продукції підприємства;
- 2) аналіз конкретних технологічних процесів і пошук резервів поліпшення використовуваних технологій всередині самого підприємства;
- 3) аналіз товарних ринків за профілем продукції підприємства та ринків товарів-замінників, оцінка перспектив розвитку цих ринків, прогнозування можливих змін у технологічних процесах для випуску конкурентоспроможної продукції;
- 4) розробка технологічної стратегії розвитку підприємства;
- 5) оперативна реалізація планів технологічного розвитку підприємства;
- 6) аналіз результатів практичної реалізації заходів щодо забезпечення техніко-технологічної складової економічної безпеки на основі спеціальної карти розрахунків ефективності таких заходів.

Оцінити рівень техніко-технологічної складової економічної безпеки підприємства можна за допомогою відповідного коефіцієнта ефективності цієї складової ($K_{ттб}$):

$$K_{ттб} = Z_{відв} / (B_{pz} + Z_{завд}),$$

де $Z_{відв}$ – сумарний відвернений збиток від реалізації заходів для забезпечення техніко-технологічної безпеки підприємства, грн.;

B_{pz} – загальна сума витрат підприємства на реалізацію зазначених заходів, грн.;

$Z_{завд}$ – сумарний збиток, завданий підприємству за техніко-технологічною складовою його економічної безпеки, грн.

У випадку, коли $K_{ттб}$ перевищує 1, заплановані заходи забезпечення техніко-технологічної складової економічної безпеки підприємства є економічно доцільними, якщо $K_{ттб}$ менше одиниці - то ні.

Кадрова та інтелектуальна складова. Достатньо високий рівень економічної безпеки підприємства в значній мірі залежить від складу його кадрів, їх професіоналізму та інтелекту. Забезпечення цієї складової економічної безпеки вимагає від менеджменту підприємства окремого самостійного напрямку діяльності, причому за двома векторами: кадрової політики та підвищення інтелектуального рівня працівників.

Насамперед для забезпечення цієї складової економічної безпеки слід оцінити можливі загрози і втрати від недостатньої кваліфікації працівників певних структурних підрозділів, їхньої неспроможності або небажання приносити максимальну користь своєму підприємству. Це може бути наслідком низького рівня управління персоналом, неефективної політики мотивації окремих категорій персоналу та ін.

Управління персоналом, спрямоване на забезпечення економічної безпеки підприємства, повинно охоплювати організацію механізму підбору, найму, навчання та різних форм мотивації працівників.

Підвищення інтелектуального рівня працівників підприємства має включати систему підвищення кваліфікації кадрів, організацію навчання у престижних фірмах, в тому числі закордонних, проведення тренінгів із залученням висококваліфікованих менеджерів тощо.

Правова складова повинна бути реакцією на можливі внутрішні та зовнішні негативні впливи (чинники) на економічну безпеку підприємства.

Причинами виникнення внутрішніх негативних впливів можуть бути низька кваліфікація працівників юридичної служби підприємства, прорахунки у підборі її персоналу; недостатнє фінансування юридичного забезпечення підприємницької діяльності.

Причинами виникнення зовнішніх негативних впливів є політичний та законодавчий аспекти.

Правова складова може бути забезпечена шляхом реалізації певних дій організаційно-економічного характеру:

- аналіз можливих загроз негативних впливів;
- оцінка поточного рівня забезпечення цієї складової;
- планування заходів, спрямованих на підвищення цього рівня;
- розрахунок ресурсного забезпечення цих заходів;
- планування роботи відповідних функціональних підрозділів підприємства;
- оперативна реалізація запропонованих заходів щодо організації належного рівня безпеки.

Інформаційна складова. Відповідні служби підприємства виконують певні функції по створенню та захисту інформаційної складової економічної безпеки. Такими функціями є:

- збирання всіх видів інформації, яка має відношення до діяльності підприємства;
- аналіз одержаної інформації з дотриманням загальноприйнятих принципів та методів;
- прогнозування тенденцій розвитку політичних, економічних і науково-технологічних процесів;
- оцінка рівня економічної безпеки за усіма функціональними складовими та в цілому, розробка рекомендацій для підвищення цього рівня на підприємстві;
- інші види діяльності з розробки інформаційної складової економічної безпеки.

Підприємство постійно «споживає» різноманітні потоки інформації, яка поділяється за джерелами її виникнення (формування) на відкриту офіційну інформацію та нетаємну інформацію, одержану через особисті контакти працівників підприємства з носіями такої інформації.

Оперативна реалізація заходів забезпечення інформаційної складової здійснюється послідовним виконанням певних кроків, а саме:

- 1) збирання різних видів інформації через офіційні та неофіційні контакти з джерелами інформації, а також за допомогою спеціальних технічних засобів;
- 2) обробка і систематизація одержаної інформації, яка здійснюється відповідною службою підприємства з метою її упорядкування для наступного більш глибокого, аналізу; для цього створюються класифікатори інформації, досьє, бази даних, каталоги;
- 3) аналіз одержаної інформації, котрий включає всебічну обробку одержаних даних з використанням різних технічних засобів та методів аналізу, прогнозних розрахунків за всіма аспектами інформаційної діяльності за допомогою різних методів моделювання;
- 4) захист інформаційного середовища підприємства, який охоплює дії щодо захисту підприємства від промислового шпionажу з боку конкурентів або інших юридичних та фізичних осіб; технічний захист кореспонденції, документації, переговорів, приміщень, транспорту від несанкціонованого доступу зацікавлених осіб до закритої інформації; збирання інформації про потенційних «промислових шпигунів» та здійснення запобіжних заходів з метою припинення таких спроб;
- 5) зовнішня інформаційна діяльність.

Силова складова економічної безпеки підприємства «викликана до життя» рядом негативних явищ, а саме:

- нездатністю підприємств-конкурентів досягти ринкових переваг цивілізованими ринковими методами за рахунок підвищення якості власної продукції, зниження поточних витрат на виробництво, удосконалення маркетингових досліджень та ін.;
- кримінальними мотивами одержання злочинними юридичними або фізичними особами доходів через шантаж, шахрайство або крадіжки;
- некомерційними мотивами посягань на життя та здоров'я керівників, працівників підприємства, а також на його майно.

Зазначені явища можуть зумовити спроби негативного фізичного або морального впливу на працівників підприємства. Політичні мотиви, зіткнення комерційних інтересів, а також конфлікти керівництва підприємства з кримінальними структурами породжують спроби фізичного усунення керівників, топ-менеджерів підприємства.

Спроби морального тиску на працівників підприємства, як правило, застосовуються з метою примусити їх вчиняти дії, які завдаватимуть шкоди економічній безпеці та ефективному функціонуванню підприємства. Виконавцями таких дій можуть бути представники криміналітету, корумповані

чиновники силових структур та фіскальної служби, спеціально найняті для цього фізичні або юридичні особи.

Екологічна складова може бути забезпечена через дотримання екологічних параметрів самої продукції підприємства, а також розробку і ретельне дотримання національних та міжнародних норм викидів шкідливих речовин у навколишнє середовище.

Сутність процесу забезпечення екологічної безпеки підприємства можна подати за допомогою функції, яка відображає мінімізацію витрат на впровадження заходів з дотримання екологічних норм, втрат від штрафних санкцій за порушення екологічних норм, втрат від закриття для продукції підприємства ринків інших держав з більш жорсткими нормами екологічної чистоти товарів.

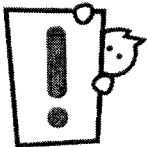
Алгоритм процесу забезпечення екологічної складової складається з послідовності таких дій:

- розрахунок ефективності здійснюваних заходів забезпечення екологічної складової на підставі звітних даних про фінансово-господарську діяльність підприємства;
- аналіз цих розрахунків та розробка пропозицій щодо підвищення ефективності здійснюваних заходів;
- розробка альтернативних сценаріїв реалізації запланованих заходів та вибір пріоритетного сценарію на основі порівняння розрахунків ефективності цих заходів;
- скерування вибраного сценарію у функціональні підрозділи, які здійснюють планування фінансово-господарської діяльності підприємства;
- практичне здійснення запланованих заходів в процесі виробничо-господарської діяльності підприємства.

Важливість кожної функціональної складової економічної безпеки підприємства залежить від цілого ряду чинників, серед яких можна виділити: політико-правове середовище функціонування підприємства, стадії життєвого циклу підприємства, масштабність бізнесу, становище підприємства на ринку, прогресивність продукції, яка виготовляється, і, звичайно, фінансові можливості підприємства.

3. Оцінка рівня економічної безпеки підприємства

Не усі підприємства мають високий рівень економічної безпеки. Останній залежить від того, наскільки ефективно керівництво, менеджери та інші фахівці спроможні уникнути можливих загроз і швидко ліквідувати негативні наслідки впливу окремих елементів зовнішнього і внутрішнього середовища.



Загальна методологія оцінки рівня економічної безпеки підприємства передбачає його оцінку на підставі визначення сукупного критерію через зважування та підсумовування критеріїв за кожною із її функціональних складових.

Критерій економічної безпеки – це вимірник стану підприємства з точки зору відповідності фактично досягнутих показників його діяльності наперед встановленим індикаторам, які відображають сутність економічної безпеки

Оцінка стану економічної безпеки підприємства передбачає оцінку його ресурсного потенціалу та узгодженості інтересів всіх учасників всередині підприємства. При цьому загрози внутрішнього і зовнішнього характеру повинні бути зведеними до мінімуму.

Аналіз та оцінка економічної безпеки підприємства передбачають виконання таких послідовних кроків:

- 1) визначення структури негативних впливів за функціональними складовими економічної безпеки, їх розподіл на об'єктивні та суб'єктивні;
- 2) фіксація здійснених превентивних заходів для запобігання негативним впливам за всіма функціональними складовими економічної безпеки;
- 3) оцінка ефективності здійснених заходів з точки зору нейтралізації конкретних негативних впливів за кожною складовою економічної безпеки;
- 4) ідентифікація причин недостатньої ефективності заходів, здійснених для подолання наявних і ймовірних негативних впливів на економічну безпеку;
- 5) виявлення неусувних, очікуваних та ймовірних негативних впливів на рівень економічної безпеки;
- 6) розробка рекомендацій щодо усунення існуючих та запобігання ймовірних негативних впливів на економічну безпеку, оцінка їх вартості та визначення відповідальних за їх реалізацію.

Оцінка ефективності заходів щодо забезпечення економічної безпеки є основою формування оперативних і тактичних рішень, а також стратегічних програм, спрямованих на її підвищення.

Вітчизняна та зарубіжна практика перебувають «у стані пошуку» найоптимальнішої методики оцінки стану та рівня економічної безпеки підприємств. Це спричинило появу низки протилежних підходів, відмінних методами розрахунків, критеріями оцінки безпеки, практичною спрямованістю та ін.

Підходи та методи оцінки стану і рівня економічної безпеки

- індикаторний
- ресурсно-функціональний
- економіко-математичний
- прибутково-інвестиційний
- оцінка рівня економічної безпеки за показником економічної дієвості
- теоретико-ігрові методи
- метод аналізу та обробки сценаріїв
- програмно-цільовий метод

Найширшого практичного використання набули кілька з перелічених підходів.

Індикаторний підхід – передбачає оцінку рівня економічної безпеки підприємств за допомогою системи так званих індикаторів. Індикаторами є деякі граничні значення кількісних і якісних показників, які характеризують різні аспекти фінансово-господарського стану підприємства.

Виділяють *три основні групи індикаторів*:

- техніко-технологічні індикатори, які характеризують виробничий потенціал підприємства;
- індикатори фінансового стану, які визначають платоспроможність, фінансову стійкість, рентабельність діяльності підприємства;
- соціальні індикатори, які відображають вікову та кваліфікаційну структуру персоналу.

Як правило, граничні значення індикаторів встановлюються на рівні:

- i. середньогалузевих значень;
- j. показників діяльності підприємств-лідерів у галузі;
- k. нормативних значень показників, визначених законодавчими документами;
- l. ідеальних значень показників, визначених стратегією розвитку підприємства і т.д.

Залежно від того, яку базу буде покладено в основу розрахунку граничних значень індикаторів, суттєво відрізнятиметься і їх розмір. Для оцінки стану економічної безпеки необхідно фактично досягнуті показники діяльності підприємства порівняти з цими граничними показниками. Виявлені при цьому відхилення і вкажуть на стан його економічної безпеки.

Складність процесу прийняття рішення щодо оцінки стану економічної безпеки підприємства пояснюється значною розпорошеністю показників - індикаторів. Тому деякі зарубіжні підприємства воліють при визначенні економічної безпеки орієнтуватися на один критерій, *наприклад*, індекс кредитоспроможності Е. Альтмана. Цей індекс виступає в ролі основного критерію при визначенні економічної безпеки підприємства і якщо підприємство не є потенційним банкрутом, то можна робити висновок про безпечність його діяльності.

Ресурсно-функціональний підхід передбачає визначення рівня економічної безпеки підприємства за оцінкою стану використання його ресурсів. Відповідно до цього підходу найефективніше використання ресурсів досягається шляхом запобігання внутрішнім та зовнішнім загрозам економічній безпеці підприємства в розрізі її основних функціональних складових, про які йшлося вище.

Основною перевагою ресурсно-функціонального підходу до оцінки економічної безпеки підприємства є його значно вища точність у порівнянні з іншими методами оцінки. Використання цього підходу на вітчизняних підприємствах пов'язано з певними труднощами, викликаними значною трудомісткістю робіт через охоплення дуже широкого кола проблем і показників.

Економіко-математичний підхід ґрунтується на тому, що вплив внутрішніх та зовнішніх чинників на економічну безпеку підприємства спричиняє зміну показників його діяльності. Тому рівень економічної безпеки підприємства ($P_{еб}$) може бути представлений функцією багатьох змінних:

$$P_{еб} = F(X_i) = b_1 f(x_1) + b_2 f(x_2) + \dots + b_n f(x_n),$$

де x_1, x_2, x_n – основні показники діяльності підприємства;
 $f(x_1), f(x_2), \dots, f(x_n)$ – локальні функції залежності рівня економічної безпеки від відповідних показників діяльності підприємства;
 b_1, b_2, \dots, b_n – питома вага значущості кожного показника для економічної безпеки підприємства ($\sum b_i = 1$);
 n – кількість показників.

Відібрані для оцінки показники діяльності підприємства повинні бути зіставними у різні періоди часу, узагальнюючими для своїх груп, надійними, відносно незалежними між собою.

Цей підхід має певні недоліки, які стримують його широке використання в практиці господарювання вітчизняних підприємств. Вони полягають у відсутності визначеного переліку показників, які б враховували галузеві особливості підприємств, відносній складності розрахунку критеріального показника оцінки рівня економічної безпеки.

Прибутково-інвестиційний підхід має в основі розуміння, що економічна безпека є мірою узгодженості інтересів підприємства з інтересами зовнішніх суб'єктів. Така узгодженість дає можливість підприємству отримувати прибуток, а основним критерієм оцінки його економічної безпеки є величина одержаного ним чистого прибутку.

Якщо ж прибуток відсутній, то не можна говорити про збалансованість інтересів підприємства, а значить і про те, що воно перебуває в економічній безпеці.

Для оцінки рівня економічної безпеки автори цього підходу пропонують порівнювати обсяг реінвестованого прибутку підприємства з обсягом коштів, необхідних для проведення заходів по забезпеченню його економічної безпеки.

Для максимально достовірної оцінки рівня економічної безпеки підприємства необхідно використовувати в комплексі кілька підходів, оскільки оперуючи одним-двома навіть найважливішими критеріями його діяльності об'єктивно оцінити безпеку функціонування неможливо.

4. Служба безпеки підприємства. Управління безпекою

Одним із функціональних напрямів організації економічної безпеки на підприємстві є *силова складова*. На практиці вона реалізується шляхом створення *служби безпеки підприємства*.

Спонукальними мотивами створення зазначеної служби є:

- 1) гостре бажання керівників підприємства відреагувати на реальні погрози фізичної розправи над персоналом, загрозу знищення або пошкодження майна та ін.;
- 2) усвідомлення на основі проведених досліджень і аналізу незадовільного стану безпеки підприємства.

Обґрунтовуючи необхідність створення служби безпеки підприємства, її структуру, чисельний склад слід керуватись наступним:

- ❖ наявністю та обсягом інформації, яка становить комерційну таємницю;
- ❖ станом, структурою і динамікою правопорушень на підприємстві;
- ❖ обсягом, вартістю та умовами зберігання матеріальних цінностей і грошових коштів;
- ❖ реальною сумою нанесеного підприємству збитку в результаті протиправних дій зловмисників;
- ❖ наявністю фактів промислового шпигунства;
- ❖ реальністю погроз фізичної розправи над працівниками підприємства з боку злочинних елементів;
- ❖ фактичною можливістю місцевих правоохоронних органів у наданні допомоги підприємству щодо запобігання та усунення правопорушень;
- ❖ взаєминами з конкурентами, їх побудовою на цивілізованих ринкових засадах;
- ❖ ступенем правової та іншої підготовки працівників підприємства з питань його безпеки та ін.

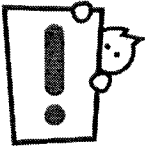
<p><i>Основні завдання служби безпеки підприємства</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • охорона виробничо-господарської діяльності; • захист комерційної таємниці підприємства, організація роботи з правового та інженерно-технічного захисту комерційних таємниць; • запобігання необґрунтованому доступу до відомостей, робіт, які становлять комерційну таємницю; • організація спеціального діловодства, яке унеможливує несанкціоноване одержання відомостей, віднесених до комерційної таємниці; • виявлення і локалізація можливих каналів витоку комерційної таємниці та конфіденційної інформації в процесі звичайної діяльності та за екстремальних ситуацій; • організація режиму безпеки усіх видів діяльності, включаючи зустрічі, переговори, наради у межах ділової взаємодії підприємства з іншими партнерами; • забезпечення охорони приміщень, устаткування, офісів, продукції та технічних засобів, необхідних для виробничої або іншої діяльності; • організація особистої безпеки керівництва, топ-менеджерів і спеціалістів підприємства; • оцінка маркетингових ситуацій, неправомірних дій конкурентів та зловмисників; • формування бази даних конкурентного середовища підприємства
--	---

Сукупність конкретних завдань, які стоять перед службою безпеки підприємства, зумовлює певний набір виконуваних нею *функцій*.

<p>Функції служби безпеки підприємства</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ організація і забезпечення пропускового та внутрішнього режиму в приміщеннях; порядок несення служби; контроль дотримання вимог режиму персоналом і партнерами (відвідувачами); ○ участь у розробці основних документів (правил внутрішнього розпорядку, договорів тощо) з метою відображення у них вимог організації безпеки і захисту комерційної таємниці та конфіденційної інформації; ○ розробка та здійснення заходів із забезпечення роботи з документами, які містять комерційну таємницю або конфіденційну інформацію підприємства, контроль виконання вимог відповідних внутрішніх нормативних документів; ○ виявлення і перекриття можливих каналів витоку таємної та конфіденційної інформації, облік та аналіз порушень режиму безпеки працівниками підприємства, клієнтами та конкурентами; ○ організація і проведення службових розслідувань за фактами розголошення або втрати документів, інших порушень безпеки підприємства; ○ розробка, оновлення і поповнення переліку відомостей, які становлять комерційну таємницю, та інших нормативних актів, які регламентують порядок організації безпеки та захисту інформації; ○ організація та регулярне проведення навчання працівників підприємства і служби безпеки за всіма напрямками захисту комерційної таємниці; ○ ведення обліку сейфів, металевих шаф, в яких дозволене постійне або тимчасове зберігання таємних і конфіденційних документів, а також облік та охорона спеціальних приміщень і технічних засобів у них; ○ підтримка контактів із правоохоронними органами та службами безпеки інших галузевих підприємств та організацій в інтересах вивчення криміногенної ситуації у сфері бізнесу або на певній території
---	--

Конкретними об'єктами, які підлягають захисту від потенційних загроз і протиправних дій, є:

- m. персонал підприємства, *наприклад*, керівники або персонал, який володіє інформацією, що становить комерційну таємницю;
- n. матеріально-речові елементи виробництва та фінансові кошти (приміщення, споруди, устаткування, транспорт, запаси сировини, валюта, фінансові документи та ін.);
- o. інформаційні ресурси з обмеженим доступом;
- p. комп'ютерні системи і засоби;
- q. технічні засоби та системи охорони і захисту матеріальних та інформаційних ресурсів.



На середніх та великих підприємств створюються спеціалізовані підрозділи служби безпеки, а безпека функціонування невеликих підприємств зазвичай забезпечується силами спеціалізованих охоронних фірм.

При створенні на підприємстві власного спеціалізованого підрозділу служби безпеки він бере на себе функції координації роботи усіх інших підрозділів щодо забезпечення безпеки по кожному із напрямків діяльності. *Наприклад*, керівник та уповноважені працівники відділу фінансового аналізу також несуть відповідальність за збереження і запобігання доступу до конфіденційної інформації. Служба безпеки підприємства «вчить», як це робити, забезпечує необхідними засобами (в тому числі персоналом) та інструкціями. При цьому провідна роль служби безпеки жодним чином не нівелюється, а, навпаки, посилюється як основного будівничого та координатора механізму організації економічної безпеки підприємства в цілому.

Особливістю будь-якої служби безпеки є обов'язкова наявність в її структурі спеціалізованих підрозділів (секторів), які утворюються відповідно до виконуваних службою безпеки функцій, *наприклад*, сектор захисту майна, сектор захисту інформації, сектор особистої охорони тощо. Структура та чисельне співвідношення між такими підрозділами можуть бути різними залежно від фінансових можливостей підприємства, характеру погроз, можливості підбору кваліфікованих працівників та ін.

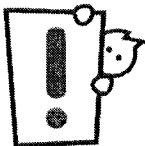
Служба безпеки підприємства завжди має бути готовою до подолання кризової ситуації, яка може виникнути через зіткнення інтересів бізнесу та злочинного світу. Для управління безпекою багато підприємств створюють так звані **кризові групи**, основною метою яких є протидія зовнішнім загрозам для безпеки підприємства. До складу таких груп, як правило входять, керівник підприємства, керівник служби безпеки, юрист, фінансист.

Хто шукає одних лише прибутків, мабуть не стане дуже багатим; а хто вкладає усе майно в ризикові підприємства, часто розорюється і стає жабраком. Тому слід поєднувати ризик із певним забезпеченням на випадок збитків.

Френсіс Беко

5. Управління ризиками господарської діяльності

У процесі своєї діяльності кожне підприємство наражається на небезпеки, які прямо чи опосередковано породжують певні ризики.



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.

В умовах нестабільного стану економіки, складної політичної ситуації в країні, невизначеності середовища функціонування, загострення конкуренції та впливу інших «тривожних» для підприємства чинників, однією з важливіших складових його менеджменту є **управління ризиками**. Оскільки ризиків неможливо уникнути, то кожне підприємство повинно розробляти свою систему управління ризиками, планувати заходи щодо послаблення їх негативного впливу.

Управління ризиками в господарській діяльності – це процес встановлення видів і джерел ризиків, оцінки їх величини, розробки та реалізації заходів, спрямованих на передбачення, запобігання або зменшення можливих підприємницьких втрат

Метою управління ризиками є виявлення, аналіз і вплив на всі ризики, з які можуть виникнути на підприємстві. В кінцевому підсумку метою такого управління є передбачення та недопущення втрати підприємством його ринкової вартості.

У зв'язку з необхідністю створення єдиного механізму управління ризиками на підприємстві виник особливий напрямок його діяльності - **ризик-менеджмент**. Він є системою управління ризиком і фінансовими відносинами, які виникають у процесі цього управління.

Ризик-менеджмент покликаний вирішити три завдання:

- профілактика виникнення ризиків;
- мінімізація збитку, спричиненого ризиками;
- максимізація додаткового прибутку, який отримує підприємство внаслідок управління ризиками.

Схема організації ризик-менеджменту на підприємстві передбачає такі складові:

- 1) *інформаційний аналіз*, тобто моніторинг зовнішнього та внутрішнього середовища, виявлення ризику і корегування відомих чинників;
- 2) *діагностика ситуації* – оцінка специфіки поставленого завдання, виявлення та врахування причин ризику, їх ранжирування та оцінка можливих втрат;
- 3) *формування варіантів управлінських рішень* – для кожного варіанту рішення розглядаються межі можливого негативного прояву ризику: економічного, соціального, екологічного, організаційного, правового тощо;
- 4) *прийняття рішення* – комплексне обґрунтування рішення і визначення параметрів допустимого ризику;
- 5) *організація і реалізація* – управлінська діяльність з реалізації ризик-рішення, у процесі якої виявляються нові аспекти прояву ризику, а це вимагає вжиття оперативних заходів.

Способами усунення ризиків є:

- г. уникнення ризику, тобто ухилення від дій, проєктів, заходів, пов'язаних з ризиком;
- с. утримання ризику, що передбачає залишення ризику «на інвестора», тобто на його відповідальність;
- т. передача ризику, що означає передачу інвестором відповідальності за ризик комусь іншому, *наприклад*, страховій компанії;
- ш. зниження ступеня ризику, тобто зменшення імовірності та обсягу втрат.

Методи зниження ризику

- **диверсифікація ризику** – це метод зниження ризику через розподіл його між декількома ризикованими товарами або розподіл капіталу між різними об'єктами вкладення; здійснюється таким чином, що підвищення ризику від купівлі або продажу одного означає зниження ризику від купівлі або продажу іншого товарів або вкладення грошей у різні, не пов'язані між собою проєкти;
- **об'єднання ризиків** – це метод, спрямований на зниження ризику через перетворення випадкових збитків у відносно невеликі постійні витрати, які фактично є витратами на страхування;
- **розподіл ризику** відбувається під час розробки фінансового плану підприємства, підготовки контрактів, угод; значно зменшує потенційний ризик детальна розробка бізнес-плану підприємницької діяльності, у який закладаються можливі зміни і проблеми реалізації проєкту, форми контролю поточних операцій, аналітична оцінка стану справ;
- **лімітування** – встановлення ліміту, тобто обмежених сум витрат, продажу, кредиту тощо; лімітування застосовується підприємствами при продажу товарів в кредит, розрахунку допустимих сум вкладення капіталу, а банками – для зниження ступеня ризику при видачі позик;
- **пошук інформації**; невизначеність ринкової ситуації, методи аналізу ризиків передбачають використання інформації щодо запланованих підприємцем операцій; пошук «свіжої» інформації сприяє зниженню ризику, але для визначення її обсягу доцільно порівняти очікувані майбутні вигоди з очікуваними запропонованими витратами, пов'язаними з її одержанням

Для забезпечення ефективності перелічених методів зниження ризику слід вирішити, насамперед, такі ключові завдання:

- *дати детальну аналітичну оцінку товару, ринків, конкурентів*; вона дозволить уникнути зайвих витрат, вибрати найбільш сприятливий час для започаткування та розвитку бізнесу;
- *обґрунтувати надійність ринків збуту*; слід визначити потенційну кількість покупців, виявити їхні товарні уподобання, споживацькі нахили тощо;
- *досягти достатньої міцності матеріально-технічної бази підприємства*; вона визначається величиною та станом виробничих фондів, наявністю сучасних технологій;
- *вибрати ефективну інноваційну підприємницьку стратегію*; інноваційність такої стратегії знаходить свій вираз у створенні нових товарів і послуг, пошуку нових форм задоволення потреб споживачів.

Підприємництво за своєю суттю є досить ризиковою ідеєю і всі, хто наважується на її практичну реалізацію, повинні бути готовими до різного роду ризиків.



Необхідно враховувати, що на ринку діє правило: найбільший прибуток приносять ринкові операції з високим ступенем ризику. Однак, при цьому не слід «втрачати голову» і йти на невиправдані ризики. Ризик обов'язково має бути розрахований.

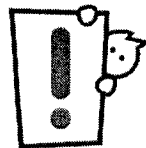
Головна мета ризик-менеджменту полягає в досягненні максимального ступеня керованості ризиком. Тому підприємства повинні особливу увагу приділяти постійному удосконаленню управління ризиком в різних ситуаціях.

6. Суть, мета і види санації підприємства


Складна економічна ситуація на багатьох вітчизняних підприємствах стала звичним явищем сьогодення. Господарюючі суб'єкти змушені шукати шляхи виходу з кризового стану, який обумовлюється не лише внутрішніми, а й зовнішніми чинниками. Найбільш «впливовими» з останніх є нестабільність законодавчо-нормативної бази, яка регулює підприємницьку діяльність в Україні, зростання вимог до організації виробництва, самої продукції, її якості, використання технологій, недостатність інвестиційних коштів та ін. Все це призводить до погіршення фінансового стану підприємств та спонукає їх до активних пошуків шляхів і методів оздоровлення бізнесу, тобто санації.

Санація – це система заходів фінансового оздоровлення підприємства, які спрямовані на запобігання його банкрутству та ліквідації

Санація включає, крім заходів фінансово-економічного, ще й заходи виробничо-технічного і соціального характеру, які лише в сукупності спроможні вивести підприємство з кризи.



Мета санації полягає у покритті поточних збитків підприємства та усунення причин їх виникнення, збереження або відновлення ліквідності і платоспроможності, покращення структури оборотного капіталу, формування резервів фінансових ресурсів для проведення оздоровчих заходів.



Санация
може
проводитись
у випадках

- 1) до моменту порушення кредиторами питання про банкрутство, якщо підприємство звертається за зовнішньою допомогою у спробі вийти з кризи;
- 2) якщо підприємство, звернувшись до господарського суду із заявою щодо порушення справи про банкрутство, одночасно пропонує умови своєї санації;
- 3) якщо рішення про санацію виносить господарський суд на підставі одержаних пропозицій щодо задоволення вимог кредиторів до боржника і виконання його зобов'язань перед бюджетом.

Процедура проведення санації підприємств в Україні регулюється Законом України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» (2011 р.). Вона передбачає ряд послідовних кроків по фінансовому оздоровленню підприємств.

Особливого значення набуває процедура фінансового оздоровлення підприємства ще *до моменту порушення справи про банкрутство*. Зазвичай, ініціюють більшість справ про банкрутство органи фіскальної служби, однак, кошти, отримані внаслідок ліквідації підприємств-боржників (банкрутів) становлять мізерну частку від вимог кредиторів.

Тому законодавство про банкрутство передбачає сприяння реабілітації підприємств, які опинилися у фінансовій скруті, але мають значні резерви для успішної фінансово-господарської діяльності в майбутньому. У цьому зацікавлені не лише боржники, а й кредитори.

Згаданий закон передбачає можливість проведення *санації боржника до порушення справи про банкрутство*. Така санація може бути проведена за наявності письмової згоди власника майна боржника, письмової згоди кредиторів, загальна сума вимог яких перевищує 50% кредиторської заборгованості боржника згідно з даними бухгалтерського обліку.

Процедура санації може бути розпочата за ініціативою:

- самого підприємства-боржника;
- кредитора;
- потенційних інвесторів;
- розпорядника майна.

В залежності від узгодженого плану санації, а також умов зовнішньої фінансової допомоги, розрізняють два *види санації*:

1. Санація підприємства без зміни статусу юридичної особи.

Здійснюється з метою усунення неплатоспроможності підприємства якщо його кризовий стан є тимчасовим. *Може відбуватись у таких формах*:

- погашення боргу підприємства за рахунок бюджетних коштів (тільки для державних підприємств);
- погашення боргу підприємства за рахунок цільового кредиту банку (здійснює комерційний банк, який обслуговує підприємство);
- переадресування боргу на іншу юридичну особу (такою особою може бути

підприємство, яке виявило бажання брати участь у санації підприємства-боржника; при цьому повинна бути згода кредитора);

- випуск облігацій або інших боргових цінних паперів під гарантію санатора (здійснює комерційний банк, який обслуговує підприємство).

2. Санація підприємства зі зміною статусу юридичної особи.

Здійснюється за умови глибокої кризи підприємства має назву реорганізації підприємства; передбачає зміну форми власності, організаційно-правових форм діяльності та ін. *Може відбуватись у формах:*

- злиття підприємства-боржника з іншим фінансово стійким підприємством;
- поглинання підприємства-боржника підприємством-санатором;
- поділ підприємства (використовується для підприємств з багатогалузевою господарською діяльністю; виділені в процесі поділу підприємства одержують статус нової юридичної особи, а майнові права і обов'язки переходять до кожної з них на основі поділу балансу);
- перетворення у акціонерне товариство (здійснюється за ініціативою групи засновників);
- передача в оренду (найпоширеніша при санації державних підприємств);
- приватизація державного підприємства (регламентується системою законодавчих актів).

*Джерела
фінансування
санаційних
заходів*

- *власники підприємства* (акціонери, пайовики) шляхом зменшення або збільшення статутного фонду боржника;
- *персонал підприємства* у формі відстрочки або відмови від винагороди за виробничі результати, надання працівниками позик, купівлі акцій даного підприємства;
- *кредитори* шляхом пролонгації та реструктуризації наявної заборгованості, повної або часткової відмови від своїх вимог, надання додаткових кредитів; специфічною формою санації є надання цільового банківського кредиту під максимально високу ставку;
- *Національний банк України* у формі проведення цільових кредитних аукціонів для комерційних банків під програми санації виробництва;
- *держава*, якщо вона визнає продукцію підприємства суспільно необхідною і розраховує на збільшення надходжень до бюджету внаслідок збільшення випуску та збуту цієї продукції

Загальні збори кредиторів боржника схвалюють *план санації підприємства-боржника* як альтернативи його ліквідації. Цей план є ядром механізму фінансового оздоровлення підприємства. Причому, *первинним*, згідно чинного законодавства, є прийняття рішення про санацію, а *вторинним* - підготовка плану фінансового оздоровлення.

Форми реалізації плану санації

план реорганізації (шляхом переведення боргу на санатора та відповідної змін в власника статутного фонду боржника; може передбачати зміну юридичного статусу боржника)

бізнес-план санації (система заходів (фінансових, технічних, виробничих, організаційних, соціальних), спрямованих на досягнення або відновлення платоспроможності, прибутковості та конкурентоспроможності підприємства-боржника у довгостроковій перспективі; передбачає збереження статусу юридичної особи боржника)

З метою *техніко-економічного обґрунтування санації підприємства* використовуються ряд показників, які доцільно розглядати у *базовому* (до санаційному) та *розрахунковому* (після санаційному) *періодах*. Такими показниками є: рентабельність продукції, рентабельність виробництва, загальний обсяг фінансових ресурсів для проведення санації, термін окупності інвестицій, точка беззбитковості, витрати на виробництво і реалізацію продукції, строки та умови погашення кредитів, використання виробничих потужностей, чисельність зайнятих, показники фінансової стійкості.

При порівнянні базових та розрахункових насамперед до уваги слід брати показники *прибутковості*, їх динаміку, чинники, які забезпечують ріст прибутку, джерела зниження витрат на виробництво продукції, прискорення оборотності обігових коштів.

Порушення питання про санацію підприємства-боржника повинно продовжитись процесом надходження пропозицій щодо санації підприємства. Якщо такі пропозиції не надійшли або кредитори не погоджуються з умовами санації, то господарський суд визнає підприємство-боржника банкрутом.

В Україні санаційні заходи часто є малоєфективними. Це пояснюється, насамперед, недосконалою законодавчою базою визначення кризового стану підприємства, відсутнім дієвим механізмом реструктуризації заборгованості підприємств-боржників, немає розробленого чіткого механізму обміну боргів на акції або частки у статутному капіталі.

Вітчизняні реалії є такими, що переважна більшість порушених процедур банкрутства призводять до ліквідації підприємств-боржників, а не відновленню їх платоспроможності. Менше 10% справ закінчуються відновленням життєдіяльності підприємства. Для порівняння: аналогічний середній показник у розвинутих європейських країнах становить 67%, а у східноєвропейських та азійських країнах – близько 30%.

Однак, часто підприємства-боржники не спроможні самотужки вийти із скрутного економічного становища. Тому їх оздоровлення можливе за умови втручання держави і допомоги з її боку.

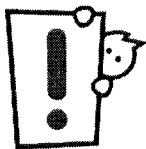
*Спад – це коли ваш сусід втрачає роботу,
криза – коли роботу втрачаєте ви.*
Гаррі Трумен

7. Причини і симптоми банкрутства підприємства

Підприємству як мікроскопомічній системі властиві явища циклічності у своєму розвитку. На одному із таких циклів загострюються суперечності між окремими елементами системи в процесі їх взаємодії. Такі суперечності можуть виникати між:

- ринковими цінами на продукцію та рівнем витрат підприємства на її виготовлення;
- ринковими вимогами до продукції та якісними і кількісними її характеристиками;
- необхідною і можливою виробничою потужністю підприємства;
- потребою у виробничих ресурсах та можливістю її задовільними;
- фондами споживання і нагромадження при розподілі прибутку підприємства та ін.

Якщо до подолання таких суперечностей не було вжито відповідних профілактичних заходів або вони не були вирішені в процесі поточної діяльності підприємства, то виникає *кризова ситуація*.



Кризова ситуація характеризується розбалансуванням економічного організму підприємства з подальшою його неспроможністю фінансово забезпечити виробничий процес, що призводить до банкрутства.

Криза (грец. *krisis* – невідповідність, важких перехідний період, перелом) є об'єктивним явищем у функціонуванні соціально-економічних систем, в тому числі підприємства. Щоб запобігти кризі, слід ефективно управляти економічною системою. Подолання кризової ситуації на підприємстві пов'язане з низкою санаційних заходів. Якщо ж вони не застосовані, то підприємство чекає банкрутство, припинення діяльності та ліквідація.

Визначення сутності банкрутства дане у згаданому Законі України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом».

Банкрутство – це визнана господарським судом нездатність боржника відновити свою платоспроможність і задовольнити визнані судом вимоги кредиторів не інакше, як через застосування ліквідаційної процедури

Неможливість задовольнити вимоги кредиторів щодо оплати товарів, робіт, послуг, неможливість забезпечити обов'язкові платежі в бюджет та позабюджетні фонди виникає внаслідок перевищення зобов'язань боржника над вартістю його майна або з причини незадовільної структури його балансу.

Боржником є суб'єкт підприємницької діяльності, неспроможний виконати свої грошові зобов'язання перед кредитором, в тому числі зобов'язання щодо сплати податків і зборів, протягом трьох місяців після настання встановленого строку їх сплати.

Суб'єктом банкрутства є боржник, неспроможність якого виконати свої грошові зобов'язання встановлена господарським судом.

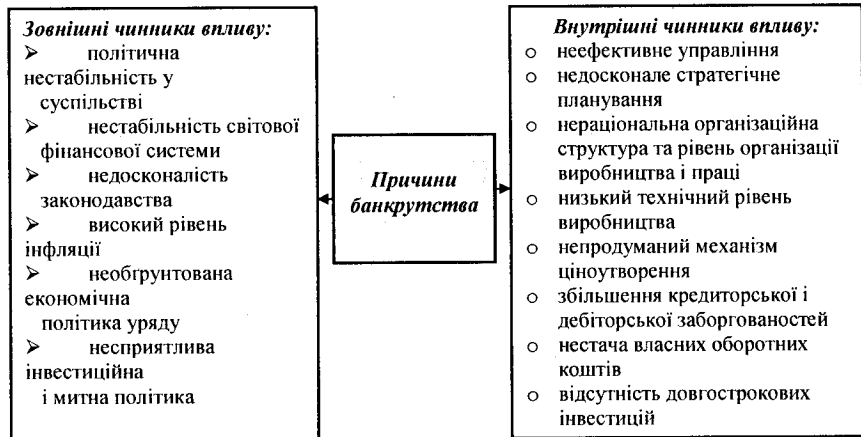
Причинами банкрутства можуть бути зовнішні та внутрішні чинники впливу на підприємство.

Зовнішні чинники можуть бути *національними* та *міжнародними*. Останні формуються під впливом динаміки загальноекономічних показників розвитку провідних країн, стану світової фінансової системи, рівня міжнародної конкуренції, митної політики тощо.

Керівники підприємств вважають, що причинами банкрутства є загальний спад ділової активності на внутрішньому і зовнішньому ринках, недостатні обсяги капіталів, конкуренція, несвочасність платежів та ін.

Кредитори, навпаки, основними причинами банкрутства вважають внутрішні чинники підприємств і, насамперед, неефективне управління ними.

У країнах з розвинутою економікою за умови стабільності політичної системи 1/3 банкрутств спричиняється зовнішніми, а 2/3 – внутрішніми причинами. Чинники банкрутства для вітчизняних підприємств є іншими, похідними від кризового стану національної економіки.



У кризовому стані підприємство опиняється не відразу. Рух до нього починається з погіршення певних показників, які характеризують його зовнішнє і внутрішнє середовище, тобто з'являються симптоми банкрутства.

На своєму шляху до повної неплатоспроможності підприємство проходить такі *стадії погіршення економічного стану*:

1. **Приховане банкрутство** зовнішньо непомітне і жодним чином не вказує погіршення економічного стану підприємства. Обсяги продажу не зменшуються, працівників не звільняють, авторитет підприємства начебто зберігається. Погіршення стану підприємства усвідомлює лише невелика група факхівців.

Симптоми банкрутства	<ul style="list-style-type: none"> ○ спад попиту на продукцію і зменшення обсягів виробництва ○ втрата клієнтів і покущів ○ зниження рівня рентабельності виробництва ○ низький рівень використання виробничого потенціалу ○ зниження рівня продуктивності праці ○ скорочення робочих місць ○ збільшення витрат на виробництво і реалізацію продукції ○ збільшення величини неліквідних оборотних фондів ○ припинення поточних платежів і систематичне порушення термінів погашення зобов'язань ○ зменшення грошових потоків від здійснення операцій ○ падіння ринкової ціни цінних паперів ○ зменшення суми виплачуваних дивідендів
----------------------	--

2. **Фінансова нестійкість** відрізняється порушенням грошових потоків, нестачею оборотних коштів. При цьому керівництву слід зважувати на такі ознаки: затримка з наданням звітності та зниження її якості, наявність помилок, що свідчить про неякісну діяльність фінансових служб підприємства, яка стає причиною недостатнього рівня економічного аналізу; різкі зміни структури балансу та фінансових результатів; підвищення рівня конфліктності на підприємстві через неузгодженість дій різних підрозділів.

3. **Явне банкрутство** характеризується неспроможністю підприємства сплачувати свої борги. Тут виникає невідповідність грошових потоків тв. зовнішні конфлікти з партнерами. Об'єктивним виходом з цієї ситуації є санація або порушення процедури банкрутства.

Також розрізняють такі специфічні види банкрутства як *умисне* та *фіктивне* банкрутство.

Умисне банкрутство проявляється в тому, що керівник підприємства або власник, керуючись особистими інтересами або інтересами будь-якої іншої особи, робить підприємство неплатоспроможним.

Фіктивне банкрутство – це свідомо неправдиве оголошення про неплатоспроможність підприємства для одержання від кредиторів відстрочки платежів або списання частини боргів.



Банкрутство означає фінансову неспроможність підприємства і його прогнозування вимагає ретельного фінансового аналізу, а особливо показників платоспроможності і кредитоспроможності.

Одними із авторитетних підходів до оцінки платоспроможності є розрахунок *індексу Альтмана*, який визначає ймовірність банкрутства фірми. Цей індекс називається *Z-рахунком Альтмана*, який побудований на основі лінійного багатофакторного рівняння. У ньому в якості змінних обрані показники, які відображають фінансовий стан підприємства, а як функцію – коефіцієнт, який служить орієнтиром для віднесення підприємства до групи потенційних банкрутів або до групи успішних підприємств.

Z-рахунок обчислюється:

$$Z = 1,2x_1 + 1,4x_2 + 3,3x_3 + 0,6x_4 + 0,99x_5,$$

- де x_1 – відношення оборотного капіталу до сукупних активів;
 x_2 – відношення балансового прибутку до сукупних активів;
 x_3 – відношення доходу від основної діяльності до сукупних активів;
 x_4 – відношення ринкової вартості акцій до вартості заборгованої;
 x_5 – відношення виручки від реалізації до сукупних активів.

Вірогідність банкрутства за значенням *Z-рахунку*:

- $< 1,8$ – дуже висока;
 $1,8 - 2,7$ – висока;
 $2,8 - 2,9$ – невисока;
 3 – дуже низька.

Для оцінки *кредитоспроможності* використовується метод «*шість С кредиту*», тобто оцінка шести елементів, які визнані найбільш важливими за початковими буквами «С» англійських термінів репутація, можливість (здатність), капітал, забезпечення, умови, контроль. Інформація про ці шість факторів накопичується і поповнюється через розвинуту зовнішню систему збору даних.

Банкрутство – це законна процедура, в ході якої ви перекладаєте гроші у кишеню штанив і віддаєте піджак кредиторам.

Бернар Трістан

8. Процедура порушення справи про банкрутство

На шляху до порушення самої справи про банкрутство підприємство повинно пройти певні *етапи*:

- 1) встановлення факту неплатоспроможності боржника;
- 2) документальне підтвердження вимог кредитора, який ініціює порушення справи про банкрутство;
- 3) оцінка майна боржника;
- 4) виявлення всіх можливих кредиторів;
- 5) обґрунтування можливості реструктуризації або санації;
- 6) реструктуризація підприємства або санація (якщо можливі);
- 7) визнання боржника банкрутом.

Процедура порушення справи про банкрутство – це заходи, які застосовуються до підприємства-боржника. Основною їх метою є розв'язання майнових спорів між боржниками і кредиторами. Така процедура

включає, насамперед, подання письмової заяви про банкрутство. *Заяву можуть подати:*

- кредитор, які розділені на такі групи: конкурсні, поточні та забезпечені;
- органи державної фіскальної служби;
- органи державної фінансової інспекції;
- сам боржник.

Заява подається до господарського суду за місцем знаходження боржника, вона є підставою для порушення справи про банкрутство. В той же час до господарського суду подається заява тих осіб, які бажають взяти участь у реструктуризації або санації боржника.

Якщо кредиторів, які мають претензії до боржника, є два і більше, то господарський суд у місячний термін виносить ухвалу про скликання зборів кредиторів.

Заява кредитора може бути відкликана ним до прийняття господарським судом рішення про визнання підприємства банкрутом. Відкликання заяви підприємством-боржником можливе тільки за згодою кредитора.

Після прийняття заяви господарським судом здійснюється провадження справи про банкрутство. Офіційне оприлюднення відомостей про справу про банкрутство здійснюється на офіційному веб-сайті Вищого господарського суду України в мережі Інтернет.

Судовими процедурами, які застосовують щодо боржника можуть бути:

- розпорядження майном боржника;
- мирова угода;
- санація з поновленням платоспроможності боржника;
- ліквідація банкрута.

У випадку, якщо боржник не виконав вимог кредитора протягом трьох місяців згідно закону, то кредитор може подати заяву до суду про порушення справи про банкрутство. Причому законом визначено, що справа про банкрутство порушується при наявності у кредитора відповіді боржника на претензію або виконавчого документа. Визначено, що доказом неоплатоспроможності боржника, який повинен надати кредитор, є копія неоплаченого розрахункового документа про безспірне списання коштів з рахунків боржника, а також виконавчі документи або інші документи, що підтверджують визнання боржником вимог кредиторів.

Привабливим для боржника є те, що виробнича діяльність у боржника не буде припинятися з початком провадження у справі про банкрутство, а буде продовжуватися аж до початку проведення ліквідаційної процедури.

Важливою у справі про банкрутство є *мирова угода* – домовленість між боржником і кредиторами щодо відстрочення або розстрочення, а також прощення кредиторами боргів боржника, яка оформляється угодою сторін. Згідно із законодавством, мирова угода між боржником і кредиторами може бути укладена на будь-якому етапі провадження справи про банкрутство. В угоді описуються умови, на яких прощаються або повертаються частинами старі борги. Угода укладається у письмовій формі і підлягає затвердженню

господарським судом. Формально затвердження мирової угоди є підставою для припинення справи про банкрутство, а визнання угоди недійсною – для відновлення провадження у справі про банкрутство.

Для успішного використання мирової угоди на практиці слід виходити з того, що вона є необхідним складовим елементом процесу санації підприємства-боржника. В іншому випадку укладати її немає ніякого сенсу.

Новим у згаданому законі є введення *мораторію* на задоволення вимог кредиторів, тобто припинення виконання боржником грошових зобов'язань і зобов'язань зі сплати податків і зборів, термін виконання яких настав до дня введення мораторію, та зупинення заходів, спрямованих на забезпечення виконання цих зобов'язань та зобов'язань щодо сплати податків і зборів, застосованих до прийняття рішення про введення мораторію.

Законодавством також передбачені *особливості процедури банкрутства для окремих категорій економічних суб'єктів*, таких, як містоутворюючих, небезпечних, сільськогосподарських підприємств, страхових компаній та професійних учасників ринку цінних паперів.

9. Процес ліквідації збанкрутілих підприємств

У випадку неможливості, недоцільності та неефективності санаційних процедур і визнання підприємства банкрутом, розпочинається процедура припинення діяльності підприємства та його ліквідація.

Загальні підстави *припинення діяльності підприємств* усіх видів і форм власності регулюються *Господарським Кодексом України, Законом України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом»*.

Таке припинення діяльності може відбутись:

- з власної ініціативи підприємця;
- за рішенням суду;
- у разі закінчення строку дії ліцензії або її анулювання;
- на інших підставах, передбачених законодавчими актами України.

Конкретними причинами припинення діяльності та ліквідації підприємства можуть бути:

- 1) вартість майна боржника продовжує знецінюватись без ймовірної можливості її відновлення;
- 2) відсутні заяви про проведення реструктуризації або санації від юридичної або фізичної особи;
- 3) жодний із поданих планів реструктуризації або санації не був схвалений кредиторами;
- 4) запропонований план виходу підприємства з кризи неможливо реалізувати з певних причин.

Ліквідація підприємства за юридичними підставами може бути добровільною і примусовою. Юридичними підставами добровільного припинення діяльності підприємства є ініціатива власника підприємства або

передбачені законом чи установчими документами обставини. *Примусово діяльність підприємства припиняється* на підставі рішення господарського суду про визнання його банкрутом. Порядок такого припинення визначає *Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом»*.

З дня прийняття господарським судом постанови про визнання боржника банкрутом розпочинається ліквідаційна процедура:

- ❖ підприємницька діяльність банкрута завершується закінченням технологічного циклу з виготовлення продукції у разі можливості її продажу;
- ❖ строк виконання усіх грошових зобов'язань банкрута та зобов'язання щодо сплати податків і зборів вважається таким, що настав;
- ❖ припиняється нарахування неустойки, процентів та інших економічних санкцій з усіх видів заборгованості банкрута;
- ❖ відомості про фінансове становище банкрута перестають бути конфіденційними або становити комерційну таємницю;
- ❖ скасовується арешт, накладений на майно боржника, визнаного банкрутом або інші обмеження щодо розпорядження майном такого боржника; накладення нових арештів або інших обмежень щодо розпорядження майном банкрута не допускається;
- ❖ вимоги за зобов'язаннями боржника, визнаного банкрутом, що виникли під час проведення процедур банкрутства, можуть пред'являтися тільки в межах ліквідаційної процедури.

З початком ліквідаційної процедури припиняються повноваження органів управління підприємства-банкрута щодо управління банкрутом та розпорядження його майном, керівник підприємства-банкрута звільняється з роботи у зв'язку із банкрутством підприємства, про що робиться запис у його трудовій книжці, а також припиняється повноваження власника майна банкрута.

Опублікування відомостей про визнання боржника банкрутом і відкриття ліквідаційної процедури здійснюється ліквідатором в офіційних друкованих органах за рахунок банкрута у п'ятиденний строк з дня прийняття постанови про визнання боржника банкрутом. У постанові про визнання боржника банкрутом господарський суд відкриває ліквідаційну процедуру і призначає *арбітражного керуючого* (ліквідатора, розпорядника майна).

У разі ліквідації державного підприємства або підприємства, у статутному фонді якого державна частка складає більше 25%, господарський суд призначає членами ліквідаційної комісії представника державного органу з питань банкрутства та при необхідності – органу місцевого самоврядування.

Протягом трьох днів з призначення ліквідатора органи управління підприємства-банкрута забезпечують передачу бухгалтерської та іншої документації банкрута, печаток і штампів, матеріальних та інших цінностей банкрута ліквідатору. З дня призначення ліквідатора до нього переходять права керівника юридичної особи-банкрута.

До складу ліквідаційної комісії включаються представники кредиторів, фінансових органів, а в разі необхідності – також представники державного органу у справах нагляду за страховою діяльністю, Антимонопольного комітету України, Міністерства юстиції України, якщо банкрутом визнано державне підприємство, та представник органів місцевого самоврядування.

Дії ліквідатора можуть бути оскаржені до господарського суду згідно чинного законодавства.

Усі види майнових активів банкрута, які належать йому на правах власності, або повного господарського володіння на дату відкриття ліквідаційної процедури оцінюються господарським керуючим. Після проведення інвентаризації та оцінки майна банкрута ліквідатор розпочинає продаж майна на відкритих торгах, якщо комітетом кредиторів не встановлено інший порядок продажу майна банкрута. Ліквідатор забезпечує через засоби масової інформації оповіщення про порядок продажу майна банкрута, склад, умови та строки придбання майна.

Майно, щодо обігу якого встановлено обмеження, продається на закритих торгах. У закритих торгах беруть участь особи, які відповідно до законодавства можуть мати зазначене майно у власності чи на підставі іншого речового права.

Ліквідатор зобов'язаний використовувати при проведенні ліквідаційної процедури тільки один рахунок в банківській установі. Інші рахунки, виявлені при проведенні ліквідаційної процедури, підлягають закриттю ліквідатором. Залишки коштів на цих рахунках перераховуються на основний рахунок боржника. Кошти, які надходять при проведенні ліквідаційної процедури, зараховуються на основний рахунок, з якого здійснюються виплати кредиторам.

Кошти, одержані від продажу майна, спрямовуються на задоволення вимог кредиторів у законодавчо визначеному порядку.

Щодо черговості задоволення вимог кредиторів, то в першу чергу задовольняються:

- вимоги, забезпечені заставою;
- виплата вихідної допомоги звільненим працівникам банкрута, в тому числі відшкодування кредиту, отриманого на ці цілі;
- витрати, пов'язані із впровадженням справи про банкрутство у господарському суді та роботою ліквідаційної комісії.

У *другу чергу* задовольняють вимоги, які виникли із зобов'язань банкрута перед працівниками підприємства-банкрута, крім внесків у статутний фонд та акцій.

У *третю чергу* задовольняються вимоги щодо сплати податків і зборів (обов'язкових платежів).

У *четверту чергу* задовольняються вимоги кредиторів, не забезпечені заставою.

У *п'яту чергу* задовольняються вимоги щодо повернення внесків членів трудового колективу до статутного фонду підприємства (акцій).

У *шосту чергу* задовольняються усі інші вимоги.

Вимоги кожної наступної черги задовольняються в міру надходження на рахунок коштів від продажу майна банкрута після повного задоволення вимог попередньої черги.

Вимоги, незадоволені за недостатністю майна, вважаються погашеними. Після завершення усіх розрахунків з кредиторами ліквідатор подає до господарського суду звіт та ліквідаційний баланс, який затверджується і на основі якого господарський суд виносить ухвалу *про ліквідацію юридичної особи*. Копія цієї ухвали направляється органу, який здійснив державну реєстрацію юридичної особи, та органам державної статистики для виключення юридичної особи з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, а також власнику, органам державної фіскальної служби за місцем знаходження підприємства.

Якщо майна банкрута вистачило, щоб задовольнити всі вимоги кредиторів, то він вважається таким, який не має боргів, і може продовжувати свою підприємницьку діяльність. Господарський суд може винести ухвалу про ліквідацію юридичної особи, яка звільнилась від боргів, лише у разі, якщо в неї залишилось майнових активів менше, ніж вимагається для її функціонування згідно із законодавством.

Реалізації майна боржника може здійснюватись шляхом проведенні аукціону, тендеру, продажу одному або кільком покупцям, надання в оренду, передачі заставленого майна заставотримачу, розподілу між кредиторами.

Можуть використовуватись й інші способи реалізації майна, визначені в судовому порядку.

Наслідки ліквідації підприємства-банкрута:

- 1) припиняється підприємницька діяльність боржника;
- 2) терміни боргових зобов'язань банкрута вважаються такими, що минули;
- 3) до ліквідаційної комісії переходить право розпоряджатися майном банкрута та усі його майнові права і обов'язки;
- 4) припиняється нарахування пені і відсотків на всі види заборгованості підприємства-банкрута.

Підприємство вважається ліквідованим з моменту виключення його з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців.



Питання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте об'єктивні і суб'єктивні негативні впливи на економічну безпеку підприємства.
2. Дайте коротку характеристику функціональних складових економічної безпеки підприємства.
3. Яким чином можна оцінити рівень фінансової складової економічної безпеки підприємства?
4. Що таке «коефіцієнт ефективності техніко-технологічної безпеки підприємства»?

5. Назвіть основні підходи, які найчастіше використовуються для оцінки стану і рівня економічної безпеки підприємства.
6. Чим викликана необхідність створення служби безпеки на підприємстві?
7. Охарактеризуйте основні завдання служби безпеки підприємства.
8. Що таке «ризик-менеджмент»? Якими є його завдання?
9. Чим відрізняються поняття «диверсифікація ризику» та «розподіл ризику»? Поясніть.
10. У чому відмінність між санацією і реструктуризацією підприємства?
11. Чи може санація підприємства проводитись за рахунок котів кредиторів? Якщо так, то в який спосіб?
12. Що таке «план санації підприємства»? В яких формах він реалізується?
13. Охарактеризуйте основні причини банкрутства підприємства.
14. Чим відрізняються фіктивне і приховане банкрутство? Поясніть.
15. Якими можуть бути юридичні підстави ліквідації підприємства?

Література



1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб: Изд-во «Питер», 1999. – 416 с.
2. Антикризисный менеджмент / под ред. А.Г. Грязновой. – М.: Тандем, 1999. – 368 с.
3. Антикризисное управление: учебник / под ред. Э.М. Короткова. – М.: Инфра, 2000 – 432 с.
4. Бойчик І.М. Економіка підприємства: навч. посіб. Вид. 2-ге, доп. і перер./ І.М. Бойчик. – К.: Атіка, 2006. – 528 с.
5. Василенко В.А. Менеджмент устойчивого развития предприятий: монография / В.А. Василенко. – К.: ЦУЛ, 2005. – 648 с.
6. Гончаренко Л.П. Управление безопасностью: учеб. пособ. / Л.П. Гончаренко. – М.: КНОРУС, 2010. – 272 с.
7. Даніч В.М. Визначення кризового стану підприємства / В.М. Даніч, Н.О. Пархоменко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – № 4. – С.208-218.
8. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» (нова редакція від 22.12. 2011 р.) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/v_606600-13
9. Ковальов Д. Кількісна оцінка рівня економічної безпеки підприємства / Д. Ковальов, І. Плетникова // Економіка України. – 2000. – № 4. – С. 35-40.
10. Козаченко Г.В. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення: монографія / Г.В. Козаченко, В.П. Пономарьов, О.М. Ляшенко. – К.: Лібра, 2003. – 280 с.
11. Костирко Р.О. Фінансовий аналіз: навч. посіб. / Р.О. Костирко. – Х.: Фактор, 2007. – 784 с.
12. Кравченко В. Розробка сучасного стандарту з управління ризиками – важливий чинник підвищення ефективності підприємницької діяльності в Україні / В.Кравченко // Теоретичні та прикладні питання економіки: Зб. наук. пр. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2008. – Вип. 17. – 330 с. – С.159 – 166.
13. Кравченко В.А. Стан управління підприємницькими ризиками: українська специфіка / В.А. Кравченко // Проблеми системного підходу в економіці. – 2007. – № 3.
14. Кравчук О.Я., Кравчук П.Я. Діагностика та механізм забезпечення корпоративної безпеки підприємства: монографія / О.Я. Кравчук, П.Я. Кравчук. – Луцьк: Надтир'я, 2008. – 256 с.

15. Лігоненко Л. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій / Л. Лігоненко. – К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2001. – 580 с.
16. Мартиненко В.П. Стратегія життєздатності підприємств промисловості: навч. посіб. / В.П.Мартиненко. – К.: ЦНІЛ, 2006. – 328 с.
17. Пономаренко В.С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи: монографія / В.С. Пономаренко, О.М. Тридід, М.О. Кизим. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2010. – 323 с.
18. Скібіцький О.М. Антикризовий менеджмент: криза і банкрутство: навч. посіб. / О.М.Скібіцький. – К.: ЦУЛ, 2009. – 568с.
19. Чернявский А.Д. Цикличность кризисов маркетинга во времени / А.Д. Чернявский // Проблемы современной экономики. – 2008. – № 3. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2125>.

Словник важливіших термінів та понять

1. **Акцизний податок** – це непрямий податок, яким обкладаються високорентабельні і монополні товари.
2. **Амортизація основних фондів** – це перенесення їх вартості на вартість новоствореної продукції протягом терміну їх корисного використання (експлуатації).
3. **Асоціація** – найпростіша форма договірної 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.).
4. **Банкрутство** – це визнана господарським судом нездатність боржника відновити свою платоспроможність і задовольнити визнані судом вимоги кредиторів не інакше, як через застосування ліквідаційної процедури.
5. **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.
6. **Бізнес-план** – це комплексний плановий документ підприємницької діяльності, в якому передбачені заходи, спрямовані на реалізацію підприємницької ідеї і одержання прибутку.
7. **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.
8. **Видова (технологічна) структура основних фондів** – це співвідношення їх активної та пасивної частин.
9. **Види руху предметів праці** – це порядок обробки та переміщення в технологічній послідовності сировини, напівфабрикатів до робочих місць по операціях.
10. **Вживання (самозбереження) підприємства** – це наявна можливість його позитивного розвитку, внаслідок якого нормалізується стан підприємства як системи, відновлюється його конкурентоспроможність та забезпечується ефективне господарювання.
11. **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 під час здійснення господарської діяльності та відкриття рахунку в банку.
12. **Виробнича дільниця** є сукупністю робочих місць, на яких виконуються технологічно однорідні роботи або виготовляється однорідна продукція.
13. **Виробнича операція** – це завершена частина виробничого процесу, яка виконується на одному робочому місці без переналагодження устаткування відносно одного й того ж самого предмету праці одним або кількома робітниками.
14. **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.
15. **Виробнича програма (план виробництва і реалізації продукції)** – це система адресних завдань з виробництва і доставки продукції споживачам у розгорнутій номенклатурі, асортименті, відповідній якості і у встановлені терміни згідно з договорами поставок.
 16. **Виробнича структура підприємства** – це сукупність, кількісний склад і взаємозв'язки його виробничих підрозділів, які прямо або опосередковано беруть участь у виробничому процесі.
 17. **Виробничий потенціал підприємства** – це сукупність матеріально-речових і вартісних елементів його виробничої бази, яка відображає наявні та приховані можливості підприємства щодо випуску продукції у максимальному обсязі, відповідної якості та номенклатури.
 18. **Виробничий процес** – це сукупність дій людей, засобів праці, а також природи, внаслідок яких вхідні матеріали і напівфабрикати перетворюються на готову продукцію.
 19. **Виробничий цикл** – це проходження протягом певного часу виробом або партією виробів усіх стадій виробничого процесу і перетворення їх на готовий продукт.
 20. **Виробничі запаси** – це предмети праці, які ще не залучені у виробничий процес і знаходяться у вигляді запасів на складах підприємства.
 21. **Виробничі інвестиції** – це кошти, які спрямовуються на розширене відтворення основних виробничих та невиробничих фондів підприємства.
 22. **Витрати майбутніх періодів** – єдиний не речовий елемент оборотних фондів, які складаються із витрат на проектування, підготовку та освоєння нової продукції тощо, здійснених у даному періоді, але які будуть погашені у майбутньому.
 23. **Відтворення основних фондів** – це постійне і безперервне відновлення засобів праці у натуральному і вартісному вираженні.
 24. **Власний капітал підприємства** характеризує загальну вартість засобів підприємства, які належать йому на правах власності і використовуються ним для формування своїх активів.
 25. **Власність** – це відносини, які складаються між суб'єктами щодо привласнення засобів виробництва і результатів праці.
 26. **Внутрішнє середовище підприємства** – це сукупність чинників, які створюються та контролюються ним, визначають його внутрішній стан, сильні і слабкі сторони, значною мірою впливають на ефективність його функціонування.
 27. **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.
 28. **Галузева структура промисловості** – це склад і кількісне співвідношення між окремими галузями та певні виробничі взаємозв'язки, які виникають між ними.
 29. **Генеральна тарифна угода** є частиною договірною регулювання відносин між роботодавцями (в особі федерації роботодавців) та працівниками (в особі федерації профспілок).

30. **Грошовий потік** – це сума чистого доходу підприємства та амортизаційних відрахувань.
31. **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.
32. **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.
33. **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.
34. **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.
35. **Дохід (виручка) від реалізації продукції** – це загальний дохід (виручка) від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг без вирахування наданих знижок, повернення проданих товарів і податків з продажу (ПДВ, акцизного податку та ін.).
36. **Економіка підприємства** – це наука про ефективність виробництва, шляхи і методи досягнення підприємством найкращих результатів при найменших затратах.
37. **Економічна безпека підприємства** – це його захищеність від негативного впливу зовнішнього середовища та здатність швидко усунути можливі загрози або пристосуватися до наявних умов діяльності.
38. **Елементи витрати** – це витрати, які формуються відповідно до їх економічного змісту; вони є однаковими для всіх галузей і на їх основі складається кошторис витрат на виробництво.
39. **Ефект** – це корисний результат реалізації інвестиційного проекту або інших вкладень грошових та інших ресурсів.
40. **Ефективність** – це економічна категорія, яка відображає співвідношення між одержаними результатами і витраченими на їх досягнення ресурсами.
41. **Ефективність виробництва** – це економічна категорія, яка характеризує ступінь досягнення загальних і часткових результатів від використання усіх ресурсів підприємства.

42. **Єдиний дозвільний центр** – це робочий орган відповідної міської ради або 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.
43. **Єдиний соціальний внесок (ЄСВ)** – це обов'язковий платіж до системи загальнообов'язкового державного соціального страхування. ЄСВ включає відрахування до: Пенсійного фонду, фонду страхування на випадок безробіття, фонду із тимчасової втрати працездатності, фонду страхування від нещасних випадків на виробництві.
44. **Загальна структура підприємства** – це сукупність його виробничих підрозділів, складів соціально-культурного призначення, а також підрозділів апарату управління.
45. **Заробітна плата** – це грошовий вираз ціни робочої сили, який виплачується працівникові у вигляді винагороди за виконану ним роботу.
46. **Засновницький договір** – це угода, укладена між двома або кількома засновниками щодо створення підприємства.
47. **Зношування основних фондів** – це втрата ними своєї вартості, тобто їх старіння у фізичному та економічному розумінні.
48. **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.
49. **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.
50. **Інноваційна діяльність** – це діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок.
51. **Інноваційний процес** – це сукупність якісно нових прогресивних змін, які безперервно виникають у просторі та часі.
52. **Калькулюванням собівартості продукції** – це процес обчислення собівартості одиниці продукції.
53. **Капітал підприємства** – це сукупна вартість засобів у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, інвестована у його активи.
54. **Кодекс ustalеної практики** – нормативний документ, який містить практичні правила або процедури проектування, виготовлення, монтажу, технічного обслуговування, експлуатації обладнання, конструкцій чи виробів.
55. **Коллективний договір** – це угода між трудовим колективом підприємства в особі профспілки та його адміністрацією або власником, яка регулює їх виробничі, економічні і трудові відносини.
56. **Конкурентоспроможність** – це характеристика продукції, яка відображає її відмінність від продукції-конкурента за ступенем задоволення конкретної потреби та витратами на його забезпечення.

57. **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, реалізація цільової програми, науково-технічного проекту та ін.
58. **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.
59. **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.
60. **Кошторис витрат** – це загальна сума витрат підприємства за усіма видами ресурсів, які будуть використані у плановому періоді незалежно від місця.
61. **Кризова ситуація на підприємстві** – це ситуація, яка характеризується розбалансуванням його економічного організму з подальшою його неспроможністю фінансово забезпечити виробничий процес, що призводить до банкрутства.
62. **Критерій економічної безпеки** – це вимірник стану підприємства з точки зору відповідності фактично досягнутих показників його діяльності наперед встановленим індикаторам, які відображають сутність економічної безпеки.
63. **Лізинг** – це особливий вид оренди рухомого і нерухомого майна виробничого призначення, умови якої фіксуються у відповідному договорі між орендодавцем (лессором) і орендарем (лізером).
64. **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.
65. **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.
66. **Мета функціонування підприємства на ринку** – задоволення суспільних потреб у певних видах продукції (роботах, послугах; далі «продукції») та одержання прибутку.
67. **Метод організації виробничого процесу** – це спосіб його здійснення, сукупність прийомів і засобів його реалізації, які ґрунтуються на певних принципах.
68. **Методи планування** – це конкретні способи, прийоми, за допомогою яких розраховуються числові значення планових показників і стратегічних програм.
69. **Методи управління** – це способи цілеспрямованого впливу на працівників і виробничі колективи для досягнення поставлених перед ними завдань.

70. **Міжгалузевий баланс** – це модель, яка містить систему економічних показників і відображає конкретні пропорції виробництва і споживання кожного виду продукції.
71. **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.
72. **Мікросередовище** – це середовище прямого впливу на підприємство, учасники ринку, які безпосередньо контактують з підприємством.
73. **Мінімальна заробітна плата** – це встановлений на законодавчому рівні розмір заробітної плати за просту, некваліфіковану працю.
74. **Моделювання бізнес-процесів** – це засіб пошуку шляхів оптимізації діяльності підприємства, прогнозування та мінімізації ризиків, які виникають на різних етапах реорганізації підприємства.
75. **Модернізація основних фондів** – це внесення в конструкцію діючого обладнання змін, які підвищують його технічний рівень і покращують економічні характеристики.
76. **Моніторинг зовнішнього середовища** – це постійне відстеження поточної та нової інформації про стан зовнішнього середовища. Таке відстеження найчастіше проводиться у формі регулярних спостережень за критичними чинниками зовнішнього середовища, а також у формі спеціальних спостережень.
77. **Моральне зношування основних фондів** – це передчасне, до закінчення строку фізичної служби, знецінення основних фондів, яке призводить до втрати доцільності їх використання.
78. **Мотивація** – це сукупність взаємопов'язаних заходів, які стимулюють працівника або колектив працівників підприємства до досягнення індивідуальних та спільних цілей його діяльності.
79. **Наукова організація праці** – це така її організація, яка ґрунтується на досягненнях 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.
80. **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.
81. **Нематеріальні активи** – це права власності і захист доступу до нематеріальних ресурсів підприємства, їх використання в господарській діяльності з метою одержання доходу.
82. **Нематеріальні ресурси підприємства** – це складова частина його потенціалу, яка забезпечує економічну користь протягом тривалого часу і має ту особливість, що в них відсутня матеріальна основа здобування доходів і не визначені майбутні їх розміри.
83. **Норма витрат матеріальних ресурсів** – це гранично допустима кількість сировини, матеріалів, палива, енергії для виробництва одиниці продукції або виконання одиниці роботи визначеної якості.

84. **Норматив оборотних коштів** – це грошовий вираз вартості мінімальних і в той же час достатніх запасів товарно-матеріальних цінностей, залишків незавершеного виробництва, готової продукції та інших коштів.
85. **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.
86. **Організаційна структура управління** – це склад, взаємодія, підзвітність елементів системи управління, тобто окремих підрозділів та працівників.
87. **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.
88. **Оборотний капітал** – частина капіталу підприємства, вартість якої переноситься у створену 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.
89. **Оборотні кошти підприємства** – це сукупність грошових коштів, вкладених в оборотні фонди і фонди обігу.
90. **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.
91. **Організаційний прогрес** – це застосування нових та удосконалення існуючих методів і форм організації виробництва, праці, елементів господарського механізму в усіх ланках управління економікою.
92. **Основний капітал** – це частина капіталу підприємства, яка бере участь у виробництві товару протягом багатьох виробничих циклів і переносить свою вартість на вироблену продукцію частинами. До основного капіталу належать кошти, вкладені у засоби праці (будівлі, споруди, машини, обладнання та ін.).
93. **Основні фонди підприємства** – це засоби праці, які використовуються ним в процесі виробництва і постачання продукції, для здійснення соціально-культурних та адміністративних функцій протягом тривалого часу і переносять свою вартість на вартість готової продукції поступово, шляхом амортизаційних відрахувань.
94. **Патент** – це виданий державним органом охоронний документ, який підтверджує виключне право його власника на використання зазначеного в патенті об'єкта промислової власності.
95. **Персонал підприємства** – це сукупність постійних працівників, які мають необхідну професійну підготовку та (або) практичний досвід і навик роботи.
96. **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.

97. **Підприємницький договір** – це акт, у якому виражена згода партнерів діяти спільно на засадах взаємної вигоди. Підприємницька діяльність без таких договорів є неможливою.
98. **Підприємство** – це організаційно відокремлена, економічно самостійна одиниця виробничої сфери народного господарства, яка спеціалізується на виготовленні продукції, наданні послуг або виконанні робіт.
99. **Планування** – це процес встановлення цілей підприємства та вибору найефективніших способів їх досягнення.
100. **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).
101. **Потокова лінія** – це сукупність робочих місць, розташованих за ходом технологічного процесу та призначених для виконання закріплених за ними операцій.
102. **Прибуток** – це частина доходу, яка залишається підприємству після відшкодування усіх витрат, пов'язаних з виробництвом, реалізацією продукції та іншими видами діяльності.
103. **Принципи управління** – це певні засади і правила, якими керуються менеджери в процесі управлінської діяльності.
104. **Продуктивність праці** – це показник, який характеризує її ефективність і відображає співвідношення обсягу продукції та кількості праці, затраченої на її виробництво.
105. **Промислово-фінансова група (ПФГ)** – об'єднання, яке створюється за рішенням Кабінету Міністрів України на певний строк з метою реалізації конкретної державної програми розвитку пріоритетних галузей виробництва, структурної перебудови економіки, активізації інвестиційно-інноваційних процесів, підвищення ефективності діяльності підприємств, їх конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках.
106. **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.
107. **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.
108. **Реінжиніринг** – це фундаментальне переосмислення і перебудова бізнес-процесів підприємства для досягнення ним істотного, стрибкоподібного поліпшення якості функціонування та забезпечення конкурентоспроможності.
109. **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.

110. **Рентабельність** – це відносний показник ефективності роботи підприємства, який у загальній формі обчислюється як відношення прибутку до витрат (ресурсів).
111. **Реконструкція підприємства** – це здійснюване за єдиним проектом повне або часткове переобладнання виробництва. Основна частина інвестицій спрямовується на поліпшення активної частини основних фондів при використанні старих виробничих будівель та споруд.
112. **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.
113. **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.
114. **Ринкова влада** – здатність виробника або споживача впливати на ринкову ціну.
115. **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.
116. **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.
117. **Розширення виробництва** – це спорудження других і наступних черг, додаткових виробничих комплексів, цехів, комунікацій, допоміжних та обслуговуючих виробництв на території підприємства.
118. **Санація** – це система заходів фінансового оздоровлення підприємства, які спрямовані на запобігання його банкрутству та ліквідації.
119. **Свідоцтво про визнання відповідності** – документ, який засвідчує визнання іноземних документів про підтвердження відповідності продукції вимогам, встановленим законодавством України.
120. **Середовище функціонування підприємства** – це сукупність певних чинників і обставин, які знаходяться як усередині, так і поза ним, і впливають на прийняття рішень.
121. **Сертифікат** – це документ, який підтверджує відповідність вимогам конкретного стандарту або іншого нормативного документа якості продукції, системи якості, системи управління якістю тощо.
122. **Сертифікація** – це процедура, за допомогою якої уповноважений орган документально засвідчує відповідність продукції, системи якості системи управління довіллям, персоналу, встановленим законодавством вимогам.
123. **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.
124. **Службова ротация кадрів** – це переміщення в межах певної галузі, підприємства чи організації здібних, висококваліфікованих і досвідчених спеціалістів на більш відповідальні службові або управлінські посади.
125. **Собівартість продукції** – це вартісна форма поточних витрат підприємства на підготовку виробництва, виготовлення та збут продукції.
126. **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.
127. **Стандарт** – нормативний документ, прийнятий відповідним органом, який встановлює правила, настанови та характеристики щодо діяльності або її результатів, та спрямований на досягнення оптимального ступеня впорядкованості у певній сфері.
128. **Стандартизація** – це діяльність по встановленню положень, спрямованих на досягнення оптимального ступеня впорядкованості у певній сфері та призначених для загальної або неодноразового використання.
129. **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.
130. **Статут підприємства** – це зібрання обов'язкових правил, які регулюють його індивідуальну діяльність, а також взаємовідносини з іншими суб'єктами господарювання.
131. **Стратегічне планування** є сукупністю процедур і рішень, за допомогою яких розробляється стратегія підприємства, спрямована на досягнення його цілей.
132. **Стратегія** – це визначення довгострокового курсу розвитку підприємства, його затвердження та розподіл ресурсів на його реалізацію.
133. **Структура підприємства** – це його внутрішня будова, яка характеризує склад, розміри його внутрішніх підрозділів, їх підпорядкованість та систему взаємозв'язків між ними.
134. **Структура ринку** – це сукупність та взаємодія окремих елементів ринку, а також співвідношення між ними.
135. **Суспільний поділ праці** – це відокремлення різних видів трудової діяльності на рівні світового господарства, економіки окремих держав, регіонів, підприємств. Він призводить до зростання продуктивності суспільної праці.
136. **Тарифна сітка** – це сукупність кваліфікаційних розрядів і відповідних їм тарифних коефіцієнтів.
137. **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.

138. **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.
139. **Технічне переоснащення підприємства** – це здійснення заходів щодо впровадження нової техніки, технології на окремих дільницях, механізації і автоматизації виробництва, заміни застарілого обладнання, які здійснюються згідно плану технічного розвитку підприємства без розширення виробничих площ.
140. **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.
141. **Технічні умови** – нормативний документ, який встановлює технічні вимоги, яким повинні відповідати продукція, процеси або послуги.
142. **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.
143. **Трансформація підприємства** – це процес реалізації системних організаційно-управлінських перетворень (реструктуризації та ін.) з метою досягнення основних його цілей, насамперед – підтримки конкурентоспроможності на ринку.
144. **Тривалість одного обороту оборотних коштів підприємства** – це час, протягом якого оборотні кошти здійснюють один кругообіг.
145. **Угода** – це будь-яка домовленість між підприємцями, в основі якої лежить комерційний інтерес.
146. **Управління персоналом** – це частина кадрової політики підприємства, яка є цілеспрямованою діяльністю його керівників усіх рівнів щодо забезпечення кадрами, оплати праці, дисципліни праці, її гігієни, безпеки та ін.
147. **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.
148. **Управління ризиками в господарській діяльності** – це процес встановлення видів і джерел ризиків, оцінки їх величини, розробки та реалізації заходів, спрямованих на передбачення, запобігання або зменшення можливих підприємницьких втрат.
149. **Управління якістю** – це дії, спрямовані на встановлення, забезпечення та підтримку необхідного рівня якості продукції в процесі її проектування, виробництва і експлуатації.
150. **Фізичне зношування основних фондів** – це втрата ними своїх споживчих властивостей, внаслідок чого вони перестають задовольняти поставленим до них вимогам.
151. **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.
152. **Холдинг** – суб'єкт господарювання, який володіє контрольним пакетом акцій 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.
153. **Цени** – це вимоги, яким повинні відповідати робітники кожної професії, спеціальності та кваліфікації; вони відображають завдання та обов'язки робітника, вимоги до знань (що робітник повинен знати), кваліфікаційні вимоги.
154. **Цех** – це територіально і адміністративно відокремлений підрозділ підприємства, в якому виконується комплекс робіт відповідно до внутрішньозаводської спеціалізації.
155. **Ціна** – це грошовий вираз вартості товару, кількість грошей, яка сплачується (одержується) за одиницю товару або послуги.
156. **Цінний папір** – це документ встановленої форми, який засвідчує майнові права суб'єкта, здійснення або передача яких можлива за умови його пред'явлення. Разом з передачею цінного паперу іншій особі переходять усі засвідчені ним права.
157. **Ціноутворення** – це процес обґрунтування, затвердження та перегляду цін і тарифів, визначення їх рівня, співвідношення та структури.
158. **Якість продукції** – це сукупність властивостей, які зумовлюють її придатність задовольняти певні потреби споживачів відповідно до її призначення.
159. **SWOT - аналіз** – це метод дослідження, який передбачає виявлення сильних та слабких сторін підприємства, можливостей та загроз, які очікують його у майбутньому, а також встановлення взаємозв'язку між ними.

Навчальне видання

Ірина Михайлівна Бойчик

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Підручник

Керівник видавничих проектів – А. О. Ястребов

Друкується в авторській редакції

Редактор: Кухаришина Мирослава

Художнє оформлення – Бойчик Тарас

Формат 60x84 1/16. Підписано до друку 30.06.2016.

Друк офсетний. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.

Умовн. друк. аркушів – 13,72. Обл.-вид. аркушів – 11,53.

Наклад 500 пр.

ТОВ «Кондор-Видавництво»

Свідоцтво Серія А01 №376847 від 28.07.2010 р.

03067, м. Київ, вул.Гармагна, 29/31

тел./факс (044) 408-76-17, 408-76-25



**Бойчик Ірина Михайлівна,
кандидат економічних
наук, доцент**

Закінчила у 1987 році Тернопільський фінансово-економічний інститут за спеціальністю «Планування промисловості».

Навчання в аспірантурі Національного університету «Львівська політехніка» поєднувала з викладацькою діяльністю у рідному вузі.

У 1995 році захистила кандидатську дисертацію.

У 2005-2009 роках працювала начальником Головного управління економіки Тернопільської облдержадміністрації, згодом – начальником управління комунальної власності Тернопільської міської ради. Поєднувала роботу в органах державної влади та місцевого самоврядування з науково-педагогічною діяльністю.

В даний час – доцент кафедри економіки підприємств і корпорацій Тернопільського національного економічного університету.

Автор більше 50 наукових праць, чисельних науково-методичних розробок.



9 786177 278893