

**Болтянська Л.О.,
Андрєєва Л.О.,
Лисак О.І.**

**ЕКОНОМІКА
ЕКОНОМІКА
ПІДПРИЄМСТВА
ПІДПРИЄМСТВА**

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

ББК 65.9
УДК 65.29
Б 795

*Рекомендовано Міністерством освіти і науки України як навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів
(лист № 1/11-11003 від 15.07.2014р)*

Рецензенти:

Гончаров В.М. – д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства і управління трудовими ресурсами Луганського національного аграрного університету, заслужений діяч науки і техніки України;

Черевко Г.В. – д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємств Львівського національного аграрного університету;

Волощук К.Б. – д.е.н., завідувач кафедри економіки підприємств і соціально-трудових відносин Подільського державного аграрно-технічного університету.

Болтянська Л.О., Андрєєва Л.О., Лисак О.І.

Б 796 Економіка підприємства: навчальний посібник /Л.О.Болтянська, Л.О. Андрєєва, О.І. Лисак.-Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. – 668с.
ISBN 978-966-289-064-8

Даний навчальний продукт рекомендується для використання у вищих навчальних закладах III-IV рівнів акредитації для студентів економічних спеціальностей всіх форм навчання. Структура даного навчального посібника побудована відповідно до типової програми курсу «Економіка підприємства» і спирається на вимоги державного освітнього стандарту України.

Для поглибленого засвоєння начального матеріалу посібник вміщує значну кількість ілюстративного матеріалу, предметний покажчик та список рекомендованої літератури.

ISBN 978-966-289-064-8

ББК 65.9
УДК 65.29
Б 795

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	
РОЗДІЛ 1	
ПІДПРИЄМСТВО В СИСТЕМІ ГОСПОДАРЮВАННЯ	
ТЕМА 1 ТЕОРІЯ ТА МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВ (Андрєєва Л.О.).....	
1.1 Підприємство як економічний суб'єкт.....	
1.2 Функції підприємства	
1.3 Еволюція наукових теорій економіки підприємства та їх загальна характеристика	
ТЕМА 2 ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА (Андрєєва Л.О.).....	
2.1 Підприємництво як сучасна форма господарювання	
2.2 Принципи здійснення, форми і моделі підприємницької діяльності	
2.3 Соціально-економічна роль і значення підприємництва в структурі ринкової економіки.....	
2.4 Мале підприємництво в ринковій економіці	
ТЕМА 3 ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ ТА НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ (Андрєєва Л.О.).....	
3.1 Правові основи функціонування підприємств	
3.2 Організаційно-правові форми підприємств.....	
3.3 Головні види та напрями діяльності підприємств	
ТЕМА 4 ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ГОСПОДАРЮВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ (Андрєєва Л.О.).....	
4.1 Вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємств.....	
4.2 Макросередовище функціонування та його основні чинники	
4.3 Ринкове середовище господарювання підприємств	108
РОЗДІЛ 2	
СТРУКТУРА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	
ТЕМА 5 ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ (Андрєєва Л.О.).....	
5.1 Поняття і сутність системи управління підприємством.....	
5.2 Функції управління підприємством.....	
5.3 Методи управління діяльністю підприємства	

5.4 Основи організації управління на підприємстві

ТЕМА 6 СТРУКТУРА ПІДПРИЄМСТВА (Андрєєва Л.О.).....

6.1 Виробнича структура підприємства

6.2 Виробнича і соціальна інфраструктура підприємства.....

6.3 Відтворення і розвиток виробничих та інфраструктурних об'єктів підприємства

ТЕМА 7 ОРГАНІЗАЦІЙНІ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ (Болтянська Л.О.)

7.1 Характеристика організаційної структури управління підприємства.....

7.2 Основні типи організаційних структур управління

7.3 Основи проектування організаційних структур управління.....

РОЗДІЛ 3

РИНОК І ПРОДУКЦІЯ (ПОСЛУГИ)

ТЕМА 8 ХАРАКТЕРИСТИКА РИНКУ ПРОДУКЦІЇ (ПОСЛУГ) (Андрєєва Л.О.).....

8.1 Ринок: сутність, функції та структура.....

8.2 Сучасний ринок продукції (послуг) та конкуренція.....

8.3 Принципи поведінки суб'єктів господарювання на ринку.....

ТЕМА 9 ОЦІНКА ПОПИТУ ТА МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА (Андрєєва Л.О.).....

9.1 Оцінка попиту.....

9.2 Прогнозування попиту.....

9.3 Маркетингова діяльність

ТЕМА 10 ТОВАРНА ТА ЦІНОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА (Болтянська Л.О.)

10.1 Сутність та складові товарної політики підприємств.....

10.2 Загальна характеристика цін, функції цін та їх види.....

10.3 Основні методи ціноутворення на продукцію.....

10.4 Сутність цілі та особливості формування цінової стратегії та цінової політики підприємств.....

ТЕМА 11 ПРОГНОЗУВАННЯ ТА ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА (Андрєєва Л.О.).....

11.1 Планування: сутність, методи, принципи, види.....

- 11.2 Природа стратегічного планування
- 11.3 Сутність категорії «стратегічне планування»
- 11.4 Сучасні умови планування діяльності підприємств

ТЕМА 12 ВИРОБНИЧА ПРОГРАМА ПІДПРИЄМСТВА

- (Болтянська Л.О.)*
- 12.1 Сутність виробничої програми та її формування
 - 12.2 Основні показники виробничої програми
 - 12.3 Виробнича потужність та її роль у виробничій програмі програмі
 - 12.4 Ефективність використання виробничої потужності

РОЗДІЛ 4

РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

ТЕМА 13 ПЕРСОНАЛ ПІДПРИЄМСТВА, ПРОДУКТИВНІСТЬ, МОТИВАЦІЯ ТА ОПЛАТА ПРАЦІ *(Лисак О.І.)*

- 13.1. Поняття, класифікація і структура персоналу підприємства та інших суб'єктів господарювання
- 13.2 Визначення чисельності окремих категорій працівників
- 13.3 Продуктивність праці персоналу
- 13.4 Мотивація трудової діяльності працівників
- 13.5 Оплата праці: сутність, функції, державна політика і загальна організація
- 13.6 Форми і системи оплати праці робітників

ТЕМА 14 ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ *(Лисак О.І.)*

- 14.1. Сутнісна характеристика інтелектуальної власності
- 14.2. Нематеріальні ресурси
- 14.3 Нематеріальні активи

ТЕМА 15 ОСНОВНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА

- (Болтянська Л.О.)*
- 15.1 Сутність, класифікація та структура основного капіталу
 - 15.2 Види вартості основного капіталу
 - 15.3 Спрацювання необоротних активів та форми його усунення
 - 15.4 Амортизація основного капіталу
 - 15.5 Система показників ефективності відтворення та використання основного капіталу підприємства

ТЕМА 16 **ОБОРОТНИЙ КАПІТАЛ** (Болтянська Л.О.).....

16.1 Сутність і класифікація оборотного капіталу підприємства.....

16.2 Характеристика структури оборотного капіталу в процесі кругообігу.....

16.3 Визначення потреби в оборотному капіталі та джерела фінансування.....

16.4 Оцінка ефективності використання оборотного капіталу та шляхи прискорення його оборотності

ТЕМА 17 **ІНВЕСТИЦІЇ** (Лисак О.І.)

17.1 Сутність, структура та класифікація інвестицій

17.2 Джерела формування реальних інвестицій.....

17.3 Методичні підходи до оцінки ефективності реальних інвестицій

17.4 Сутність і форми фінансового інвестування

17.5 Методичні підходи до оцінки ефективності фінансового інвестування.....

РОЗДІЛ 5

ТЕХНОЛОГІЧНА БАЗА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА

ТЕМА 18 **ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ** (Лисак О.І.)

18.1. Загальна характеристика інноваційних процесів

18.2. Науково-технічний прогрес (поступ), його загальні та пріоритетні напрями

18.3 Методичні підходи до оцінки ефективності інновацій

ТЕМА 19 **ТЕХНІКО-ТЕХНОЛОГІЧНА БАЗА ПІДПРИЄМСТВА**

(Лисак О.І.).....

19.1. Характеристика техніко-технологічної бази виробництва

19.2. Організаційно-економічне управління технічним розвитком підприємства

19.3 Лізинг як форма оновлення технічної бази виробництва (діяльності).....

ТЕМА 20 **МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА**

ВИРОБНИЧА ЛОГІСТИКА (Лисак О.І.)

20.1 Матеріально-технічне забезпечення виробництва.....

20.2. Системний підхід до планування та організації матеріальних потоків на підприємстві	
20.3 Управління логістичними операціями в процесі виробництва	
ТЕМА 21 ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА (Болтянська Л.О.)	
21.1 Сутність, структура і принципи організації виробничого процесу	
21.2 Типи і методи організації виробництва	
21.3 Форми організації виробництва	
ТЕМА 22 СИСТЕМА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ (ПОСЛУГ) (Андреева Л.О.)	
22.1 Якість продукції (послуг) як економічна категорія. Показники та методи її оцінювання	
22.2 Конкурентоспроможність продукції підприємства	
22.3 Стандартизація та сертифікація продукції	
22.4 Державний нагляд за якістю та внутрішньовиробничий технічний контроль	
РОЗДІЛ 6	
ВИТРАТИ І РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
ТЕМА 23 ВИТРАТИ НА ВИРОБНИЦТВО ТА РЕАЛІЗАЦІЮ ПРОДУКЦІЇ (Болтянська Л.О.)	
23.1 Загальна характеристика витрат	
23.2 Поняття собівартості продукції та її види	
23.3 Кошторис витрат і калькуляція собівартості продукції	
23.4 Планування та аналіз витрат на виробництво	
ТЕМА 24 ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА (Болтянська Л.О.)	
24.1 Загальна характеристика фінансової діяльності підприємства	
24.2 Фінансовий план та фінансова звітність підприємства	
24.4 Сутність, види, формування та розподіл прибутку підприємства	

24.5 Система показників рентабельності діяльності підприємства.....	
24.6 Оцінювання фінансового стану підприємства	
ТЕМА 25 ІНТЕГРАЛЬНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА (Болтянська Л.О.)	
25.1 Сутнісна характеристика і вимірювання ефективності виробництва.....	
25.2 Оцінка ефективності діяльності підприємств.....	
25.3 Чинники підвищення ефективності виробництва	
ТЕМА 26 ТРАНСФОРМАЦІЯ І РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ (ОРГАНІЗАЦІЙ) ТА ОБ'ЄДНАНЬ (Лисак О.І.).....	
26.1. Структурна перебудова економіки і трансформація підприємств, (організацій), об'єднань.....	
26.2. Практика здійснення та ефективність трансформації і реструктуризації суб'єктів господарювання	
26.4 Банкрутство і ліквідація підприємств (організацій)	
26.5 Методичні основи визначення ймовірності банкрутства	
ТЕМА 27 ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ТА АНТИКРИЗОВА ДІЯЛЬНІСТЬ (Лисак О.І.).....	694
27.1 Економічна безпека підприємства: сутність і передумови формування.....	
27.2. Методичні підходи до конструювання аналітичних показників оцінки рівня економічної безпеки підприємства.....	
27.3 Управління економічною безпекою підприємства	
ПРЕДМЕТНИЙ ПОКАЖЧИК.....	
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	

ПЕРЕДМОВА

Економіка є найбільшою сферою суспільних відносин і розглядається як сукупність відносин, що визначаються характером власності на засоби виробництва, як наукова дисципліна, що займається вивченням народного господарства, його галузей, окремих підприємств, а також окремих елементів виробництва.

Економіка підприємства як наука і учбовий курс є системою знань про закони, закономірності і правила використання на підприємстві певних, суворообмежених, ресурсів для випуску корисної продукції (робіт і послуг) і розподілу її серед споживача.

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

Даний навчальний посібник призначений для студентів всіх економічних спеціальностей у вищих навчальних закладах III-IV рівнів акредитації всіх форм навчання, в навчальних планах яких передбачено вивчення курсу «Економіка підприємства».

Предметом вивчення дисципліни «Економіка підприємства» є економічний механізм функціонування підприємства, формування та використання його ресурсного потенціалу з метою оптимізації економічних результатів діяльності.

Об'єктом вивчення економіки підприємства виступають дія економічних законів та закономірностей, що виникають і діють лише на підприємстві, виробничі відносини між суб'єктами господарювання, наявний потенціал та перспективні можливості діяльності підприємства.

Наука «Економіка підприємств» взаємодіє з технічними науками, використовує елементи, поняття і закони макроекономіки та політичної економії, економічної статистики. В результаті наукових досліджень визначені

власні категорії та економічні принципи, що дають змогу здійснювати ретельний аналіз, систематизувати і оцінювати отримані результати. Є методологічним підґрунтям для інших економічних наук, а саме, виробничий менеджмент, планування на підприємстві, організація виробництва, економіка праці, аналіз господарської діяльності, фінанси.

Основною метою викладання дисципліни «Економіка підприємства» є формування у майбутніх спеціалістів економічного напрямку системи спеціальних знань і практичних навичок аналізу основних розділів прикладної економіки, знайомство з методами організації ефективного господарювання на рівні основної ланки суспільного виробництва – підприємства, набуття необхідної сукупності теоретичних та практичних знань з управління ринковою економікою на сучасному етапі її розвитку, оцінки рівня конкурентоздатності підприємства на ринку товарів та послуг, вирішення питань забезпечення підприємства основними видами ресурсів, планування основних результативних показників господарсько-виробничої діяльності підприємства з урахуванням чинників зовнішнього та внутрішнього середовища його функціонування.

Курс «Економіка підприємства» передбачає теоретичну та практичну підготовку студентів для вирішення конкретних завдань діяльності підприємства в умовах ринку, зокрема:

- визначення поняття «стратегія розвитку підприємства» і «тактика її здійснення»;
- окреслення цільових характеристик діяльності підприємства на ринку;
- формування програми виробництва продукції та її реалізації, ресурсного забезпечення виробничої програми;
- визначення складових ресурсного потенціалу підприємства та пошук шляхів його ефективного використання;
- визначення понять: поточні витрати підприємства; собівартість продукції; собівартість видів продукції; склад

поточних витрат; вивчення методів та прийомів аналізу; планування витрат підприємства;

- визначення поняття механізму формування та використання доходів і прибутків підприємства від різних напрямів його діяльності (виробничої, комерційної, зовнішньоекономічної, фінансової, інвестиційної та ін.);

- визначення механізму ціноутворення на підприємстві та зазначення складу, структури та динаміки цін, передбачення чинників, що впливають на рівень ціни;

- оцінка ефективності господарської діяльності та пошук шляхів її підвищення;

- оцінка конкурентоспроможності підприємства та його продукції.

Посібник складається з 27 тем навчального курсу, що об'єднуються у розділи, які можуть бути взяті за основу при визначенні окремого модульного курсу. Для поглибленого засвоєння навчального матеріалу посібник вміщує значну кількість ілюстративного матеріалу, предметний покажчик та список використаної літератури.

ПІДПРИЄМСТВО В СИСТЕМІ ГОСПОДАРЮВАННЯ



ТЕОРІЇ ТА МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВ

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

- 1.1 Підприємство як економічний суб'єкт.
- 1.2 Функції підприємства.
- 1.3 Еволюція наукових теорій економіки підприємства та їх загальна характеристика.



- підприємство
- економіка
- функції
- концепції
- еволюція

1.1 Підприємство як економічний суб'єкт

Перехід до ринкової економіки – стратегічний напрям розвитку України. Завдання це складне й багатогранне. Його вирішення включає в себе і перебудову відносин форм власності, і розвиток нормальної конкуренції, і створення відповідної ринкової інфраструктури.

Освоєння ринкових відносин – це формування нової ідеології економічного мислення і стратегії дій в умовах ринку, а не тільки необхідність розуміння нових термінів, категорій і понять.

Перехід від планової економіки до ринку має поступальний, еволюційний характер – від періоду повної економічної кризи до стабілізуючого періоду, що проходить у

кілька етапів і вносить докорінні зміни в структуру державного управління, впровадження інвестиційної та інноваційної діяльності, зростання внутрішніх накопичень і приплив зовнішнього капіталу.

Сам процес трансформації складний, неоднозначний і багато в чому суперечливий.

Найхарактерніші риси сучасного періоду – це поява різноманіття форм власності, децентралізація управління, підвищення ролі основної господарської ланки (підприємств і організацій), що діє на принципах економічної самостійності і відповідальності за результати своєї діяльності.

На підприємстві безпосередньо поєднуються різні фактори виробництва для створення матеріальних благ та надання послуг, реалізуються особисті та колективні інтереси.

Упорядкована сукупність підприємств та їх об'єднань утворює економічну систему країни. Кінцева мета економічної діяльності підприємств полягає в розв'язанні суперечності між постійно зростаючими потребами суспільства та обмеженими ресурсами.

Діяльність підприємств, яка пов'язана із задоволенням потреб кожної людини, підлягає впливу багатьох факторів і охоплює широкий спектр питань організаційно-технологічного, економічного та фінансового характеру, які потребують повсякденного вирішення.

Діяльність підприємств дуже різноманітна. Оскільки будь-яке підприємство так чи інакше пов'язане з основними фазами відтворювального циклу – виробництвом продукції і послуг, обміном і розподілом товарів, їх споживанням, то можна виділити такі види діяльності підприємства:

- виробничу;
- комерційну;
- фінансову;
- консалтингову.

Кожен з названих видів діяльності підприємства, з одного боку, є відносно самостійним, а з іншого – вони

взаємно переплітаються, доповнюючи один одного. Однак мета і характер діяльності підприємств різні. За цією ознакою всі підприємства та організації можна розподілити на дві групи: комерційні і невідприємницькі (некомерційні).

Комерційна організація (ділове підприємництво) – юридична особа, основна мета якої – одержання прибутку і його розподіл між засновниками (фізичними і юридичними особами). Комерційними організаціями є:

- господарські товариства;
- виробничі кооперативи;
- державні чи муніципальні унітарні підприємства.

Некомерційна організація – юридична особа, для якої одержання прибутку і його розподіл між засновниками не ставиться за основу мету, одержуваний прибуток використовується для саморозвитку, досягнення статутних цілей організації. До них належать:

- споживчі кооперативи;
- релігійні організації;
- благодійні та інші фонди;
- громадські організації;
- асоціації і союзи, утворенні комерційними і некомерційними організаціями;
- установи, що цілком самофінансуються.

Організації з підприємницьким характером діяльності являють собою підприємства.

Згідно з Господарським кодексом України, **підприємство** – самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних і особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної та іншої господарської діяльності.

Суб'єктами господарювання є:

- господарські організації – юридичні особи, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані в установленому законом порядку;

- громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які здійснюють господарську діяльність і зареєстровані відповідно до закону як підприємці;
- філії, представництва, інші відокремлені підрозділи господарських організацій (структурні одиниці), утворені ними для здійснення господарської діяльності.

Підприємства мають такі *ознаки*:

- виробничо-технічна єдність (спільність продукції, що виготовляється, процесів її виробництва, певний склад виробничих фондів, єдина технічна політика, спільність допоміжного і обслуговуючого господарства);
- організаційно-соціальна єдність (наявність єдиного трудового колективу, керівника та адміністрації підприємства, наділення підприємства правами і реквізитами юридичної особи);
- фінансово-економічна самостійність (можливість самостійно визначити напрями економічного розвитку, склад, обсяги продукції, що випускається, напрями розподілу прибутку підприємства, форми і розміри матеріального стимулювання, спільність системи планування та обліку).

Для ефективного господарювання істотним є визначення цілей створення і функціонування підприємства. Головну мету підприємства прийнято називати *місією*.

Існує широке та вузьке розуміння місії. У широкому розумінні місія – це філософія і призначення, сенс існування організації. У вузькому розумінні – це сформульоване твердження відносно того, для чого, з якої причини існує організація.

Якщо місія задає загальні орієнтири, напрями функціонування підприємства, то конкретний кінцевий стан, до якого в кожний момент часу прагне підприємство, фіксується у вигляді цілей.

Цілі – це конкретний стан окремих характеристик підприємства, досягнення яких є для нього бажаним і на досягнення яких спрямована його діяльність.

До цілей підприємницької діяльності відноситься кінцева мета, що спрямована на одержання прибутку, та проміжні цілі, що включають в себе підвищення іміджу фірми, обслуговування певного сегменту ринку, зміцнення позицій на ринку, повне задоволення споживчого попиту в товарах та послугах та інші цілі. Сформульовані цілі мають відповідати таким вимогам:

- бути конкретними, кількісно вимірюватися;
- зорієнтованими в часі;
- реалістичними, практично досяжними і збалансованими з можливостями фірми;
- взаємно узгодженими;
- сформульованими письмово.

Цілі підприємницької діяльності відображаються в бізнес-плані, засновницьких документах, поточних планах, рекламних заходах та ін.

Основна ціль підприємництва – це отримання прибутку, але не якою завгодно ціною. Цивілізовані ринкові відносини потребують обґрунтованого поєднання обох цілей. З одного боку, бізнес – це економічна діяльність, яка проводиться за рахунок власних або запозичених коштів на свій ризик і під свою відповідальність з головною метою отримання прибутку і розвитком власного діла. З іншого боку, розвиток бізнесу в умовах ринку сприяє насиченості споживчого ринку товарами і послугами, активізує структурну перебудову економіки, стимулює впровадження науково-технічних досягнень, сприяє всьлякому підвищенню ефективності виробництва.

Створюючи підприємство, будь-який підприємець повинен мати перед собою чітку та ясну ціль, яка повинна бути підкріплена системою отримання замовлень на свою продукцію та послуги. Обсяг випуску продукції або надання послуг, який планується, має бути забезпечений усіма необхідними матеріальними ресурсами. Треба також продумати можливість постійного поповнення свого

капіталу. Всі ці питання необхідно відобразити в бізнес-плані підприємства.

Крім того, підприємцю необхідно знайти надійних партнерів і соратників. Потрібно бути готовим до конкурентної боротьби. Для цього необхідно бути компетентним у обраній сфері діяльності, володіти необхідними рисами характеру: цілеспрямованістю, завзятістю, готовністю до невдач, спроможністю вчитися і робити висновки зі своїх помилок.

Підприємець повинен уміти організовувати логістичну діяльність, підтримувати неформальні зв'язки й офіційні відношення як з постачальниками сировини, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих виробів, так і зі споживачами продукції та замовниками.

Головні напрямки діяльності підприємства:

- наукова організація виробництва;
- наукова організація праці;
- наукова організація управління.

Наукова організація виробництва – це створення оптимальної техніко-технологічної системи на підприємстві. Під цим мається на увазі надійно і ефективно функціонуючі виробниче устаткування і технологія, а також упорядковані техніко-організаційні взаємозв'язки працівників.

Наукова організація праці – потребує побудови нормальних відносин у колективі. Вона включає систему заходів зі створення умов для високопродуктивної, ефективної і творчої праці.

Наукова організація управління – це управління, яке спирається на наукову організацію праці, системний аналіз науково обґрунтованих методів прийняття рішень.

1.2 Функції підприємства

Уперше функції підприємства були визначені й систематизовані одним із представників школи адміністративного управління А. Файолем.

Функції будь-якого підприємства знаходять своє відображення в системі його цілей, що містить такі головні складові:

- 1) задоволення потреб персоналу підприємства;
- 2) удосконалення структури підприємства, її адаптація до внутрішніх та зовнішніх змін;
- 3) створення та підтримка потенціалу для майбутнього розвитку, безперервності існування підприємства;
- 4) задоволення зовнішніх вимог до підприємства та пред'явлення власних вимог до навколишнього середовища.

Головною економічною функцією будь-якого підприємства є задоволення потреб споживачів у товарах або послугах. Тобто ця функція властива кожному підприємству незалежно від його структури, галузі, ступеня підпорядкованості органам державної влади тощо.

За умов планової економіки критерієм належного виконання цієї функції є узгодженість її з планом. У ринковій економіці діяльність підприємства визначається цінами на товари і послуги, на фактори виробництва, сировину, а також витрати на управління підприємством.

У тих випадках, коли підприємство зовсім мале і має лише один центр діяльності, зміст його головної функції залишається таким самим. Наприклад, підприємства, котрі випускають автомобілі, купують у підприємства, що випускає шини, його продукцію, призначену для задоволення кінцевого споживача. Підприємство, що продає свої шини, установлює ціни (або бере участь у їх формуванні), знаходить клієнтів, приймає замовлення тощо. Це комерційна функція.

Після прийняття замовлень необхідно виготовляти продукцію. Це *технічна функція*.

Але виробництво потребує певних коштів, необхідних для придбання засобів виробництва, залучення капіталів тощо. Необхідно забезпечити наявність таких коштів, поки виготовлена продукція не буде реалізована. Це фінансова функція.

Функція закупівлі засобів виробництва, що споживаються у процесі виготовлення продукції, може розглядатися і як технічне постачання, і як комерційна функція (купівля для майбутнього продажу).

З метою раціонального використання усіх засобів виробництва для досягнення поставленої мети необхідно забезпечити координацію дій працівників, належне управління персоналом та контроль за результатами праці. Це – *адміністративна функція.*

Додаткові функції це ті функції, без яких навіть у тих випадках, коли вони практично необхідні на великих підприємствах або коли вони визначені законом як обов'язкові, невеликі підприємства можуть обійтися. До таких функцій, зокрема, належить функція гарантування безпеки у Файоля й адміністративна функція у вузькому розумінні, тобто функції секретаріату, документообороту тощо.

1.3 Еволюція наукових теорій економіки підприємства та їх загальна характеристика

В економічній науці є кілька основних концепцій підприємства, в яких розкриваються питання їх виникнення, діяльності та ліквідації.

Неокласична концепція розглядає підприємство як цілісний об'єкт, що перетворює вихідні ресурси в продукцію та залучає ці ресурси у виробництво. Ця модель підприємства ґрунтується на виробничій функції, яка виражає залежність результатів виробництва від витрачених факторів. Поведінка підприємства визначається вибором обсягів і структури ресурсів, що залучаються, а відтак і продукції, що виробляється. Неокласичне розуміння підприємства як носія головної (виробничої) функції перетворення ресурсів у продукцію, що продається на вільному ринку, є загально визнаним у світовій економічній науці.

Головне завдання підприємства визначити необхідні обсяги та співвідношення витрат, які дали б змогу установлювати таку ринкову ціну на продукцію, яка максимізувала б прибуток.

Інституціональна концепція розглядає підприємство як організацію, що створюється людьми для більш ефективного використання їх можливостей. Поведінка підприємства характеризується особливостями укладання та виконання контрактів із зовнішніми організаціями та працівниками.

Тут у центрі уваги пояснення існування різноманітних форм ділових підприємств, меж їх зростання, можливих варіантів вирішення проблем мотивації працівників, організації, контролю, планування тощо. Завданням інституціональної теорії є аналіз поведінки підприємства за умов дорогої та неповної інформації.

Еволюційна концепція є уявлення про підприємство як про двоїтий об'єкт: з одного боку, воно є членом ділової спільноти й повною мірою відчуває на собі усі наслідки еволюції цього співтовариства, а з іншого керується власними традиціями у визначенні напрямків діяльності, обсягів і пропорцій факторів, які залучаються.

Підприємницька концепція підприємства ґрунтується на уявленні про нього як сферу прикладення господарської ініціативи та власних або доступних до залучення зовнішніх ресурсів. В основі підприємництва та в центрі діяльності відповідного підприємства перебуває фігура підприємця незалежного, активного, енергійного, налаштованого на успіх, схильного до ризику, настирливого, адаптивного, упевненого в собі тощо.

Концепція агентської моделі підприємства відображає взаємовідносини між власниками та менеджерами підприємства. Згідно з цією концепцією власники, які не є керівниками підприємства, як правило, не володіють тією інформацією, що її мають менеджери. На практиці узгодженість інтересів власника та менеджера досягається за допомогою системи стимулювання сервісного механізму.

Інтеграційна концепція розглядає підприємство як відносно стійку, цілісну соціально-економічну систему, котра об'єднує в часі та просторі процеси виробництва, реалізації продукції, відтворення ресурсів. Головним об'єктом прийняття рішень є розподіл ресурсів та зусиль підприємства між нарощуванням потенціалу та його використанням, між виробництвом та відтворенням, між сучасністю та майбутнім.

Виходячи з теорій та моделей підприємств виділяють наступні підходи до дослідження підприємств:

1. *Соціальний підхід*. За цим підходом підприємство виступає соціальною організацією, в якій працюють люди і виконують певні ціленаправлені дії у сформованому трудовому колективі.
2. *Технічний підхід*. Основний акцент науковці роблять на техніко-технологічну базу підприємства, як основу і невід'ємну частину виробничого процесу.
3. *Юридичний підхід*. Підприємство, згідно підходу, розглядається, як закріплений у законодавстві та інших нормативних актах спосіб поєднання різних видів власності чи співпраці різних власників.
4. *Економічний*. З позиції цього підходу підприємство розглядається як економічний механізм трансформування капіталу з однієї форми в іншу, а також отримання економічних вигод на цій основі.



ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Головні ознаки класифікації суб'єктів підприємницької діяльності.
2. Заходи держави для створення сприятливих організаційних та економічних умов для розвитку підприємництва.
3. Сутність виробничого підприємництва.
4. Сутність комерційної діяльності.

5. Об'єкт фінансової діяльності.
6. Роль та значення підприємництва.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТИВ

1. Роль підприємства у національній економічній системі.
2. Підприємство у неокласичній, інституційній, еволюційній, інтеграційній, підприємницькій та інших теоріях.
3. Соціологічний, технічний, правовий та економічний підходи до дослідження підприємства.
4. Основні наукові спрямування економіки підприємства (наука про використання факторів виробництва; наука про прийняття рішень; наука, орієнтована на системний підхід; наука, що базується на екологічних критеріях; наука про використання людського потенціалу; наука про суспільну корисність господарських процесів).
5. Когнітивна (пізнавальна), практична і методологічна функції економіки підприємства в системі економічних наук.
6. Наукова модель сучасної економіки підприємства та основні тенденції її зміни.
7. Формальні і неформальні організаційні утворення в діяльності підприємства.
8. Інформаційні теорії економіки підприємства, їх значення та передумови виникнення (економіка знань).



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Головне завдання підприємства в ринковій економіці полягає у:
 - а) задоволенні потреб ринку з метою одержання прибутку;
 - б) ефективному використанні основних фондів і оборотних засобів;

- в) підвищенні продуктивності праці та ефективному використанні системи мотивації праці;
 - г) організації беззбиткової діяльності.
2. Юридична особа, основна мета якої – одержання прибутку і його розподіл між засновниками (фізичними і юридичними особами) це:
- а) комерційна організація;
 - б) некомерційна організація;
 - в) непідприємницька організація;
 - г) підприємство.
3. Комерційними організаціями є:
- а) господарські товариства;
 - б) виробничі кооперативи;
 - в) державні чи муніципальні унітарні підприємства;
 - г) всі відповіді вірні.
4. Юридична особа, для якої одержання прибутку і його розподіл між засновниками не ставиться за основу мету, одержуваний прибуток використовується для саморозвитку, досягнення статутних цілей організації це:
- а) комерційна організація;
 - б) некомерційна організація;
 - в) непідприємницька організація;
 - г) підприємство.
5. До некомерційних організацій належать:
- а) споживчі кооперативи;
 - б) релігійні організації;
 - в) благодійні та інші фонди;
 - г) всі відповіді вірні.
6. Підприємство характеризується такими ознаками:
- а) виробничо-технічна єдність;
 - б) організаційно-соціальна єдність;
 - в) спільність території;
 - г) фінансово-економічна самостійність;
7. Філософія і призначення, сенс існування організації – це:
- а) ціль;
 - б) мета;

- в) місія;
 - г) завдання.
8. Конкретний стан окремих характеристик підприємства, досягнення яких є для нього бажаним і на досягнення яких спрямована його діяльність – це:
- а) ціль;
 - б) мета;
 - в) місія;
 - г) завдання.
9. Основна ціль підприємництва – це:
- а) отримання прибутку, але не якою завгодно ціною;
 - б) виконання місії;
 - в) забезпечення споживачів продукцією (послугами);
 - г) отримання виручки від реалізації.
10. Наукова організація виробництва – це:
- а) система заходів зі створення умов для високопродуктивної, ефективної і творчої праці;
 - б) створення оптимальної техніко-технологічної системи на підприємстві;
 - в) це управління, яке спирається на наукову організацію праці, системний аналіз науково-обґрунтованих методів прийняття рішень;
 - г) немає вірної відповіді.
11. Наукова організація праці – це:
- а) система заходів зі створення умов для високопродуктивної, ефективної і творчої праці;
 - б) створення оптимальної техніко-технологічної системи на підприємстві;
 - в) це управління, яке спирається на наукову організацію праці, системний аналіз науково-обґрунтованих методів прийняття рішень;
 - г) немає вірної відповіді.
12. Наукова організація управління – це:
- а) система заходів зі створення умов для високопродуктивної, ефективної і творчої праці;

- б) створення оптимальної техніко-технологічної системи на підприємстві;
 - в) це управління, яке спирається на наукову організацію праці, системний аналіз науково-обґрунтованих методів прийняття рішень;
 - г) немає вірної відповіді.
13. Концепція, яка розглядає підприємство як цілісний об'єкт, що перетворює вихідні ресурси в продукцію та залучає ці ресурси у виробництво – це:
- а) еволюційна;
 - б) неокласична;
 - в) інституціональна;
 - г) підприємницька.
14. Концепція, яка розглядає підприємство як організацію, що створюється людьми для більш ефективного використання їх можливостей – це:
- а) еволюційна;
 - б) неокласична;
 - в) інституціональна;
 - г) підприємницька.
15. Концепція підприємства, яка ґрунтується на уявленні про нього як сферу прикладення господарської ініціативи та власних або доступних до залучення зовнішніх ресурсів – це:
- а) еволюційна;
 - б) неокласична;
 - в) інституціональна;
 - г) підприємницька.
16. Головною економічною функцією будь-якого підприємства є:
- а) задоволення потреб споживачів у товарах або послугах;
 - б) отримання прибутку, але не якою завгодно ціною;
 - в) виконання місії;
 - г) отримання виручки від реалізації.
17. Підхід до дослідження підприємств, при якому основний акцент науковці роблять на техніко-технологічну базу

підприємства, як основу і невід'ємну частину виробничого процесу, називається:

- а) технічний;
- б) соціальний;
- в) економічний;
- г) юридичний.

18. Підхід, з позиції якого підприємство розглядається як економічний механізм трансформування капіталу з однієї форми в іншу, а також отримання економічних вигод на цій основі, називається:

- а) технічний;
- б) соціальний;
- в) економічний;
- г) юридичний.

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

- 2.1 Підприємництво як сучасна форма господарювання.
- 2.2 Принципи здійснення, форми і моделі підприємницької діяльності.
- 2.3 Соціально-економічна роль і значення підприємництва в структурі ринкової економіки.
- 2.4 Мале підприємництво в ринковій економіці.



- *підприємництво*
- *функції*
- *принципи*
- *форми, моделі підприємництва*
- *ринкова економіка*
- *малий бізнес*

2.1 Підприємництво як сучасна форма господарювання

Щоб розв'язати вузол економічних проблем нашої країни, необхідні радикальні заходи для створення механізму ринкових відносин, за допомогою якого реалізуються вимоги економічних законів.

Прийняті Верховною Радою України закони значною мірою юридично оформили механізм ринкових відносин і створили умови для підприємництва бізнесу. Термін «бізнес» поширений в усьому світі, у певній мірі його можна ототожнювати з підприємництвом.

Що ж таке підприємництво? Відповідь на це питання дуже важлива для економічної науки і господарської практики.

Вчені-економісти минулого виокремлювали три фактори виробництва: 1) землю; 2) працю; 3) капітал. Сучасний досвід господарювання свідчить про те, що процвітання країн з розвинутою ринковою економікою забезпечує вмiла реалізація їх підприємницького потенціалу як четвертого фактора виробництва.

Термін «підприємництво» запозичений з Франції. Він був уведений в економічний лексикон на початку XVIII ст. французьким економістом Рішаром Кантільйоном, який характеризував самостійного підприємця (ремісника, фермера, купця) як індивідуального виробника і власника, діяльність якого обов'язково пов'язана з певним господарським ризиком.

Підприємництво – це ініціативна самостійна діяльність окремих фізичних або юридичних осіб, що спрямована на отримання прибутку і здійснюється на власний ризик з майновою відповідальністю. *Основні складові підприємницької діяльності:*

- творча – генерування й активне використання новаторських ідей, готовність до виправданого ризику та вміння ризикувати в бізнесі;
- ресурсна – формування й продуктивне використання власного капіталу, а також інформаційних, матеріальних і трудових ресурсів;
- організаційно-супровідна – практична організація маркетингу виробництва, продажу, реклами тощо.

Протягом тривалого періоду (з кінця XIX ст. до нашого часу) підприємець не обов'язково є власником. Виникнення системи кредиту зруйнувало феномен об'єднання в одній особі власника і підприємця. Щоб стати підприємцем, не обов'язково бути власником майна і мати реальний капітал. Вдаючись до образних висловів, можна сказати: головним капіталом підприємця є не гроші, не знаряддя або предмети праці, а його господарський хист, уявлення про суспільні

потреби, знання психології споживача. Саме вони в кінцевому підсумку зумовлюють очікуваний ним прибуток.

Необхідно і важливо також відрізнити підприємництво від менеджменту, а підприємця від управляючого (керівника). *Підприємець* – це самостійний агент ринку, який діє на свій страх і ризик, під особисту відповідальність за результати бізнесової діяльності. *Менеджер* – найманий працівник, який організовує реалізацію завдань, поставлених підприємцем. Він, як правило, не несе майнової відповідальності за свої дії.

Підприємець завжди є власником капіталу (хоча б у тій частині, в якій він отриманий прибуток інвестує як власний капітал), а також у тій або іншій мірі менеджером. При цьому важливо зазначити, що підприємництво можна вважати особливою сферою професійної діяльності, сутність якої полягає у постійному перетворенні ресурсів і майна в реальний капітал, тобто в те, що приносить прибуток.

Правове забезпечення підприємницької діяльності в Україні гарантується Законом України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» від 22.03.2012 р. Цей Закон визначає правові та економічні засади державної політики у сфері підтримки та розвитку малого і середнього підприємництва. Основні його розділи:

- загальні положення;
- державна політика у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні;
- органи, що забезпечують розвиток малого і середнього підприємництва в Україні, та їх повноваження;
- державна підтримка суб'єктів малого і середнього підприємництва;
- прикінцеві положення.

Підтримка малого підприємництва (МП) в Україні має здійснюватися за такими напрямками:

- формування інфраструктури підтримки й розвитку МП;

- створення сприятливих умов для використання суб'єктами МП державних фінансових, матеріально-технічних та інформаційних ресурсів, а також науково-технічних розробок і технологій;
- впровадження спрощеної системи оподаткування, обліку і звітності;
- удосконалення підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації кадрів для суб'єктів МП;
- фінансова підтримка інноваційних проектів, у яких задіяні суб'єкти МП.

Підприємництво – один з важливих факторів соціально-економічного прогресу. Тому суспільство зацікавлене в цивілізованому підприємстві, яке повинне мати розвинуту систему підтримки. Сутність підприємництва більш глибоко розкривається через його *основні функції*:

- інноваційну (творчу);
- ресурсну;
- організаційну;
- стимулювальну (мотиваційну).

Суб'єктами підприємницької діяльності можуть бути:

- громадяни України та інших держав;
- юридичні особи – підприємства (організації) усіх форм власності.

Законодавство України передбачає певні обмеження щодо підприємництва. Зокрема, не дозволяється займатися підприємницькою діяльністю таким категоріям громадян: військовослужбовцям, посадовим особам органів прокуратури, суду, державної безпеки, внутрішніх справ, державного арбітражу, державного нотаріату, а також органів державної влади й управління, які здійснюють контроль за діяльністю підприємств і організацій.

Об'єктами підприємницької діяльності можуть бути:

- товар;
- продукт;
- послуга.

Підприємницька діяльність здійснюється згідно з чинним законодавством:

- без використання найманої праці;
- з використанням найманої праці;
- без утворення юридичної особи;
- з утворенням юридичної особи.

Існує два основних види підприємницької діяльності – виробнича і посередницька.

Виробнича підприємницька діяльність може мати характер основної (створюються вироби, готові до кінцевого споживання) і допоміжної (надаються послуги консалтингові, лізингові, маркетингові, проектні та ін.).

Фізичні або юридичні особи, які репрезентують інтереси виробників або споживачів, називаються *посередниками*. Основна їх мета – інтегрувати економічні інтереси виробника і споживача.

Агентування в *посередницькій підприємницькій діяльності* відбувається за участю агентів, брокерів, комісіонерів та консигнантів. *Агент* діє від імені й на користь виробника або споживача і працює на довготерміновій основі. *Брокер* виконує функції одноразового агента. *Комісіонер* приймає товар на комісію від виробника і в подальшому діє на власний розсуд. *Консигнант* реалізує продукцію з власного складу на підставі договору-доручення.

Суб'єктами торгово-комерційної діяльності можуть бути оптово-роздрібні фірми, торгові дома, дилери, дистриб'ютори та комівояжери. *Оптово-роздрібна фірма* безпосередньо реалізує продукцію традиційним способом. *Торговий дім* здійснює експортно-імпортні операції, включаючи організацію виставок, презентацій, реклами, заснування своїх представництв в інших країнах. *Дилер* перепродає товар від свого імені й за власний рахунок. *Дистриб'ютор* купує товар безпосередньо у виробника і реалізує постійним клієнтам. *Комівояжер* перепродає товар з доставкою його покупцям.

Аукціонна торгівля за специфікою об'єктів поділяється на торгівлю промисловими товарами, нерухомістю та майновими сертифікатами. Аукціонна торгівля за формою поділяється на внутрішньо- та міждержавну. *Аукціони* – це прилюдний торг з попереднім оголошенням стартової ціни й лоту (неподільної партії товару). *Внутрішньодержавні аукціонні торги* відбуваються постійно і стосуються промислових товарів та нерухомості. *Міждержавна аукціонна торгівля* відбувається періодично і стосується тільки специфічних товарів (хутро, антикваріат, дорогоцінне каміння, коні тощо).

Біржове підприємництво здійснюється на біржах: праці, фондовій, валютній та товарній. *Біржа* – це постійно діючий оптовий ринок, який виконує спеціалізовані функції. На *товарній біржі* відбувається торгівля товарами масового вжитку, на *фондовій* – купівля-продаж цінних паперів, на *валютній* – купівля-продаж валюти, золота, інших дорогоцінних металів. На біржі *праці* відбувається облік попиту і пропозиції робочої сили.

Структура виробництва в будь-якому суспільстві формується під впливом *суспільного поділу праці*. Розрізняють три види поділу праці: загальний, частковий і одиничний.

Загальний поділ праці призвів до виокремлення таких галузей народного господарства, як промисловість, сільське господарство, транспорт, зв'язок, будівництво та ін.

Частковий поділ праці спричинив виокремлення галузей всередині промисловості, сільського господарства тощо.

Одиничний поділ праці спостерігається безпосередньо на підприємствах і впливає на структуру промислового виробництва.

Важливими рушійними силами підприємництва є також економічний інтерес та економічна конкуренція.

Економічний інтерес – це форма реалізації потреби, це користь, вигода, яка досягається в процесі реалізації економічних відносин. Якщо економічні відносини не

реалізують економічних інтересів, то суб'єкти господарювання намагаються досягти своєї вигоди розширенням діючих економічних відносинами (порушують закони, розвивають тіньову економіку тощо).

Особистий економічний інтерес винятково багатогранний, варіативний, як і потреби, що лежать у його основі. Людина є носієм усіх економічних інтересів – особистого, колективного, суспільного, групового, сімейного та ін. Через особистий економічний інтерес можна реалізувати інтерес сім'ї, колективу, суспільства, ефективно вирішити суперечності між ними. Особистий інтерес являє собою усвідомлене відображення об'єктивних економічних відносин у діяльності суб'єктів підприємництва. Ігнорування його є основним гальмом розвитку підприємництва. Реалізувати свій інтерес людина може, лише включившись у суспільне виробництво.

Цільова спрямованість ділової діяльності людей полягає в задоволенні потреб та інтересів. У цих двох категоріях перехрещуються аспекти підприємництва, і з цього погляду вони є загальними, наявними скрізь, де розвивається підприємництво. Специфіка потреб та інтересів, а отже, і підприємництво визначаються економічним та соціальним становищем людей. Підприємництво є водночас реалізацією їхніх інтересів і задоволенням потреб. Бажання підвищити свій добробут заохочує людину працювати ефективніше і продуктивніше, і це зрозуміло, тому що така праця, як правило, дає кращі результати.

Система стимулів – надзвичайно важлива характеристика системи підприємництва. Очікування винагороди виступає як рушійна сила підприємництва, то стимулює підприємців виробляти більше, а роботодавців – витратити ресурси раціонально. Стимули, виконуючи свою роль з обслуговуванням підприємництва, мають різний вплив на ставлення людей до праці. Так, матеріальні стимули спонукають до праці в надії на винагороду, духовні – на суспільне визначення, соціальні па кращі умови. Проте,

незважаючи на різні способи впливу на суб'єктів підприємництва, функція у стимулів одна – активізувати підприємницьку діяльність. Саме в умовах підприємництва в людини з'являється можливість створити власну справу, зайнятися тією працею, яка їй подобається, де вона може реалізувати власні ідеї, інтереси, потреби, де праця стає стимулом її діяльності.

Економічна конкуренція – це суперництво, змагання за досягнення найкращих результатів, економічна боротьба між фірмами (підприємцями) за найвигідніші умови виробництва та збуту товарів. Економічна конкуренція – це суперництво між підприємцями щодо задоволення власних інтересів, пов'язаних із продажем виробленої продукції, виконанням робіт, наданням послуг одним і тим самим споживачам.

У своєму прагненні до задоволення потреб споживачів підприємець реалізує власний економічний інтерес, лише вступаючи в змагання за споживача, намагаючись виштовхнути свою суперника з ринку й виробництва. Конкуренція є об'єктивною закономірністю становлення і розвитку підприємництва, важливою передумовою впорядкування цін, сприяє витісненню з виробництва неефективних підприємств, раціональному перегрупуванню ресурсів, захищає споживача від диктату виробників.

2.2 Принципи здійснення, форми і моделі підприємницької діяльності

У сучасних умовах господарювання ринкову економіку визначають коротко як економіку вільного підприємництва. Проте підприємництво здійснюється за певними принципами, має власні форми, типи і моделі функціонування.

До основних *принципів* підприємництва належать:

- вільний вибір діяльності на добровільних засадах;
- залучення до підприємницької діяльності майна і засобів юридичних осіб і громадян;

- самостійне формування програми діяльності, вибір постачальників, споживачів виготовленої продукції, установлення цін відповідно до витрат виробництва із дотриманням діючого законодавства;
- вільне наймання працівників;
- залучення і використання матеріально-технічних, фінансових, трудових, природних та інших ресурсів, використання яких не заборонено чи не обмежено законодавством;
- вільний розподіл прибутку, що залишається після внесення платежів, установлених законодавством;
- самостійне здійснення підприємцем (юридичною особою) зовнішньоекономічної діяльності;
- використання будь-яким підприємцем належної йому частини валютного виторгу за власним розсудом.

Визначальним принципом сучасного зарубіжного підприємництва є такий: виробник, проводячи маркетингові дослідження, спочатку знаходить покупця (споживача) продукції чи послуг, запропонованих для ринку, і лише після цього приступає до її (їх) продукування. Саме у цьому виявляється пріоритет споживача як провідної ланки ринкового господарства.

Підприємництво як форма ініціативної діяльності може бути представлена певними видами:

- будь-якими видами виробничої діяльності;
- різноманітними видами торговельної діяльності;
- діяльністю з надання послуг;
- комерційним посередництвом тощо.

Підприємницька діяльність може здійснюватись як в *індивідуальній*, так і в *колективній формі*. Перша означає здійснення її громадянами, тобто фізичними особами, вільними у встановленні своїх прав і обов'язків на основі договору (угоди) і у визначенні будь-яких умов договору (угоди), що не суперечать чинному законодавству. Друга – колективна – передбачає межі та процедури, які окреслені

більш строго з участю держави. У таких випадках підприємницька діяльність здійснюється вже на основі та в межах тих завдань і повноважень, які відбиті у засновницьких документах й статутах підприємств (організацій) різних форм власності.

Зазначені вище форми підприємницької діяльності тісно корелюють з можливими її *типами*. Основні з них такі:

- малий бізнес, що базується на особистій власності або оренді;
- спільне підприємництво або партнерство, засноване на колективній власності;
- корпоративне підприємництво, засноване на акціонерній власності.

Багаторічний досвід господарювання у країнах з розвинутою ринковою економікою свідчить про те, що традиційно існують дві моделі підприємництва: класична та інноваційна, але на практиці можливе їх поєднання.

Класична модель підприємництва орієнтована на максимально ефективне використання наявних ресурсів підприємства. Схема підприємницьких дій за такої моделі достатньо проста і чітко окреслена:

- оцінка наявних ресурсів;
- вивчення можливостей досягнення поставленої мети;
- використання тієї можливості, яка зможе забезпечити максимальну віддачу від наявних ресурсів.

Інноваційна модель підприємництва передбачає активне використання будь-яких (у межах закону) і насамперед нових управлінських рішень для підприємницької діяльності, особливо коли бракує власних природних ресурсів. Схема дій за цієї моделі підприємницької діяльності така:

- формулювання головної мети;
- вивчення зовнішнього середовища з метою пошуку альтернативних можливостей;
- порівняльна оцінка власних ресурсів і знайдених можливостей;

- пошук зовнішніх додаткових джерел ресурсів;
- аналіз можливостей конкурентів;
- реалізація завдань згідно з вибраною концепцією.

2.3 Соціально-економічна роль і значення підприємництва в структурі ринкової економіки

Розуміння сутності підприємництва пов'язано також з визначенням його ролі в економіці різних рівнів системи господарювання. Конкретно роль і значення підприємництва в економічному розвитку країни можна звести до такого.

По-перше, підприємництво слугує важелем для зміни структури економіки. Для підприємців основний спонукальний мотив – можливість одержання прибутку. Вони майже завжди концентрують свої дії на розвитку перспективних напрямків господарської діяльності, віддача від яких може перевершити середні показники.

По-друге, розвиток підприємництва створює «поживне середовище» для конкуренції. Забезпечуючи освоєння перспективних виробництв, підприємці сприяють швидшому оновленню техніко-технологічної бази і номенклатури продукції фірми. Вони стимулюють господарську активність, підтримуючи конкуренцію й існуючий ринок.

По-третє, підприємництво можна вважати каталізатором економічного розвитку. Цей своєрідний прискорювач істотно впливає на структурну перебудову в економіці; збільшення обсягів виробництва і надання послуг; стимулювання інвестиційної діяльності; підвищення рівня попиту і пропозиції; прискорення темпів економічного розвитку національної економіки в цілому.

По-четверте, підприємництво сприяє економії і раціональному використанню всіх ресурсів. Діяльність підприємця нерозривно пов'язана з господарським ризиком. Саме ця обставина є потужним стимулом економії ресурсів, вимагає від підприємця детального аналізу рентабельності

проектів, відповідального ставлення до інвестицій, раціонального витрачання ресурсу, найму робочої сили.

По-п'яте, підприємництво забезпечує сильнодіючі стимули до високоефективної праці. У більшості випадків особистості, які мають власний бізнес і завдяки цьому сильніші спонукальні мотиви, більше заінтересовані в якісній і продуктивній праці, ніж наймані працівники. Такий психологічний феномен вільної праці для одержання власного зиску забезпечує ще більший виграш для економіки в цілому.

Підприємництво виконує особливу функцію в економіці і народному господарстві, змістова сутність якої зводиться до оновлення економічної системи, створення інноваційного середовища, що спричиняє руйнацію традиційних структур і відкриття шляху до перетворень, зрештою стає тією силою, яка прискорює рух економіки по шляху ефективності, раціоналізації, бережливості і постійного оновлення.

Нагромаджений досвід усіх без винятку індустріально розвинутих країн з ринковою економікою соціального спрямування незаперечно підтверджує, що підприємництво – необхідна умова досягнення економічного успіху.

Підприємницькі процеси позитивно впливають на формування інфраструктури бізнесу. Це стимулює початківців створювати фірми, забезпечує більш сприятливе макросередовище для вже діючих суб'єктів ринку.

Інфраструктура бізнесу – це сукупність державних, приватних та громадських інститутів (організацій, установ, об'єднань), які обслуговують інтереси суб'єктів підприємництва, забезпечують їх господарську діяльність та сприяють підвищенню її ефективності.

Складність інфраструктури як системи обумовлена різноманітністю функцій, які виконують її складові елементи.

Виділяють організаційно-технічну, фінансово-кредитну та інформаційно-аналітичну інфраструктури.

До *організаційно-технічної інфраструктури* належать товарні біржі, лізингові компанії, асоціації підприємців,

транспортні комунікації і засоби зв'язку, виробничі та технологічні парки, технологічні центри.

Фінансово-кредитну інфраструктуру утворюють установи, які займаються акумуляцією тимчасово вільних коштів, перетворюють їх у кредити, надають фінансову допомогу, а саме: банки, фондові та валютні біржі, інвестиційні фонди та компанії, страхові фірми, довірчі товариства, кредитні організації та спілки, фонди підтримки підприємництва, громадські об'єднання, міжнародні організації.

Інформаційно-аналітична інфраструктура включає в себе інформаційні, консультативні, юридичні та бухгалтерські фірми, бізнес-центри і бізнес-інкубатори, аудиторські організації, рекламні агентства, фірми по проведенню маркетингових досліджень. До функцій установ, що складають цю підгрупу інфраструктури, входить надання консультацій підприємцям, допомога у розробці необхідних документів для створення власної справи та державної реєстрації фірми, підвищення кваліфікації кадрів, вивчення ринкової кон'юнктури та прогнозування споживчого попиту, формування маркетингової політики підприємства.

Основними тенденціями розвитку підприємництва в Україні є:

1. Інтенсивне розширення підприємництва, що виявляється у територіальному охопленні сфери бізнесу, зростанні кількості юридичних осіб та індивідуальних підприємців. Підприємницька активність характеризується також появою на ринку різноманітних організаційно – правових форм бізнесу, банків, товарних і фондових бірж, брокерських контор, страхових компаній, бізнес-центрів, консультаційних фірм та ін. Підвищується ступінь інтенсивності потоку інновацій, інвестиційних вливань у підприємницькі структури, міжгалузевого і міжфірмового переливу (руху) капіталів.

2. Відбувається інтеграція комерції з виробничою діяльністю. В результаті таких процесів з'являються складні

організаційні утворення у формі корпорацій, концернів, асоціацій, консорціумів, холдингових компаній. В Україні функціонують виробничо-торговельні, виробничо-комерційні підприємства, фірмові магазини, торговельні будинки.

Прикладом інтеграції виробництва і комерції є виробничі кооперативи. Ці малі підприємства не тільки займаються виготовленням продукції, але й виконують комерційні функції, пов'язані з реалізацією товарів, пошуком постачальників і покупців, вивченням споживчого попиту, просуванням продукції на географічні ринки, укладанням комерційних угод. Обмеженість власних фінансових ресурсів, необхідність проведення оновлення і модернізації виробничих потужностей, підвищення рівня конкурентоспроможності на ринку змушують все більшу кількість суб'єктів, які займаються виробничим або комерційним підприємництвом, брати кредити у банках. Отже, формуються та розвиваються взаємозв'язки між сферами бізнесу на основі кредитного договору, проведення лізингових операцій. В інтеграційних процесах зацікавлені учасники підприємницької активності, оскільки дають можливість утриматись і нормально функціонувати в ринкових умовах на основі взаємовигідних партнерських відносин.

3. Відбувається зрощення капіталу вітчизняних і зарубіжних підприємців шляхом створення спільних фірм, підприємств з іноземними інвестиціями.

4. Інтенсивний розвиток комерційного посередництва при стриманому розвитку виробничого підприємництва. Організація та чітке налагодження виробництва – непроста справа, адже для цього потрібні приміщення, відповідне обладнання, стабільна система закупівлі сировини і матеріалів, робоча сила, вагомий стартовий капітал. Для того, щоб швидше «зняти вершки» у ринковому просторі, багато початківців прямують у торгово-посередницьке русло.

5. Розширення сфери послуг (консалтингові, юридичні, страхові, транспортні, туристичні, готельні, рекламні,

виставкові, громадське харчування, охоронні, мобільний зв'язок та Інтернет).

6. Співробітництво великого та малого бізнесу, активне впровадження нововведень. Малі та середні підприємства проводять розробки в основному на перших етапах досліджень (зародження винаходів), коли ще не потрібні значні матеріальні, кадрові та організаційні витрати. Малий бізнес проникає на початкові стадії виробництва – проведення науково-дослідних, конструкторських, лабораторних робіт, у галузь фундаментальних досліджень. З'являються міні-заводи як приклад технологічних та управлінських нововведень. Сьогодні потрібно приділяти більше уваги підтримці венчурних (ризикових) та інноваційних фірм у високотехнологічних галузях економіки та у сфері науки. За кордоном вони є рушійним фактором розвитку науково-технічного прогресу, двигуном економіки і користуються відповідною державною підтримкою.

Не слід відкидати і міжнародний аспект розвитку малого та середнього підприємництва для України. Рівень розвитку малого підприємництва має сприяти створенню позитивного іміджу України, забезпеченню ефективної ринкової економіки з метою її інтеграції в європейську та світову економічні системи. Створення сприятливого підприємницького клімату в Україні повинно стати запорукою консолідації зусиль щодо удосконалення рівня відносин і співпраці з донорськими організаціями та участі у міжнародних проектах. Державна політика в цій сфері спрямована на приєднання України до міжнародних програм, підписання двосторонніх та багатосторонніх міждержавних і міжвідомчих угод щодо підтримки малого підприємництва.

Формування ринкової системи господарювання в Україні пов'язане із зростанням підприємницької активності в усіх сферах економіки. Підприємництво, без сумніву, відіграє визначальну роль у реалізації завдань перехідного періоду. При цьому успішна трансформація адміністративно-командної економіки у соціально спрямовану ринкову

неможлива без діяльності підприємців, які обумовлюють відповідні зміни як на мікро-, так і на макроекономічному рівні.

Економіка розвинутих країн представлена системою підприємств, які за загальноприйнятою термінологією визначаються як великі, середні та малі. Власників цих підприємств об'єднує єдиний корпоративний інтерес – збереження, розвиток та захист приватної власності, максимізація прибутку. Разом з тим, бізнес неоднорідний, кожна з цих трьох груп має свої інтереси, які визначають стратегію їхньої економічної поведінки, відношення до держави та держави до них, підходи до вирішення технічних та економічних проблем. Різне й місце та роль вищевказаних секторів в економіці.

Великий бізнес, як правило, визначає економічну та технічну могутність країни. З метою самозбереження та розвитку він має потяг до інтеграції, поглинаючи або контролюючи більш дрібних партнерів з одного боку, та об'єднуючись у міжнародні структури, частково втрачаючи свою самостійність, з іншого. При цьому великий бізнес нерідко стає знярядям експансії міжнародних підприємницьких структур на внутрішньому ринку країни.

Середній бізнес значною мірою залежить від внутрішньої економічної кон'юнктури та веде конкурентну боротьбу як усередині своєї групи, так із великим вітчизняним та іноземним капіталом. Середнє підприємництво зацікавлене у захисті на внутрішньому ринку шляхом проведення протекціоністської державної економічної політики. Підприємці середнього бізнесу більш тісно пов'язані з національними інтересами.

Мале підприємництво – це багаточисельний прошарок дрібних власників, які своєю масовістю значною мірою визначають соціально-економічне обличчя країни. Цей сектор формує найрозгалуженішу мережу підприємств, що працюють в основному на масового споживача товарів та послуг. Невеликі розміри малих підприємств, їхня

технологічна, виробнича та управлінська політика дозволяють чутливо реагувати на зміни кон'юнктури ринку.

2.4 Мале підприємництво в ринковій економіці

Досвід формування економіки розвинутих країн свідчить, що малий і середній бізнес посідає значне місце у підприємницькому середовищі. Так, у Франції частка малих підприємств складає 99,9% усіх господарюючих структур, Великобританії – 94%. Кількість малих і середніх підприємств у розрахунку на 1000 чоловік у Франції дорівнює 35 одиниць, Німеччині – 37, Великобританії – 46, Японії – 49, Італії – 68, США – 74 одиниці.

Кількість зайнятих у малому і середньому бізнесі у Німеччині складає 46%, Італії – 73%, Японії – 78%. В економічно розвинених країнах у малому і середньому бізнесі створюється більше половини внутрішнього валового продукту. В Польщі діє близько 1,5 млн. підприємств, майже 99% з яких – це малі підприємства з чисельністю працюючих менше 50 чоловік. Це, в основному, приватні фірми з високою продуктивністю праці, внесок яких у ВВП держави складає близько 40%. В Німеччині малий та середній бізнес дає 65% бюджетних надходжень.

Згідно з Господарським кодексом України суб'єкти господарювання залежно від кількості працюючих та доходів від будь-якої діяльності за рік можуть належати до суб'єктів *малого підприємництва*, у тому числі до суб'єктів *мікропідприємництва*, *середнього* або *великого підприємництва*.

Суб'єктами мікропідприємства є:

фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи – підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;

юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Суб'єктами малого підприємництва є:

фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи – підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;

юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Суб'єктами великого підприємництва є юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) перевищує 250 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності перевищує суму, еквівалентну 50 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Інші суб'єкти господарювання належать до *суб'єктів середнього підприємництва*.

Роль і місце малого підприємництва в національній економіці найкраще розкривається в притаманних йому *функціях*.

По-перше, неоціненний внесок малого підприємництва в справу формування конкурентного середовища. Відомо, що в умовах вільної ринкової економіки конкуренція є

відображенням змагання між суб'єктами господарювання, коли їхня самостійна діяльність ефективно обмежує можливості кожного з них вплинути на загальні умови обігу товарів на даному ринку, а також стимулює виробництво тих товарів, яких потребує споживач. Тоді діяльність учасників ринкових відносин набуває динамічного характеру, вона пов'язана з економічною відповідальністю та ризиком підприємця, що перетворює його в своєрідний соціальний двигун економічного розвитку. З одного боку, малий бізнес внаслідок багаточисельності складових елементів та їхнього високого динамізму меншою мірою піддається монополізації, ніж великі підприємства. З іншого боку, за умов вузької спеціалізації й використання новітньої техніки він виступає як дійовий конкурент, що підриває монополні позиції великих корпорацій. Саме ця риса малого підприємництва відіграла суттєву роль в послабленні, а іноді й в подоланні розвинутими країнами притаманної великому капіталу тенденції до монополізації.

По-друге, мале підприємництво, оперативно реагуючи на зміни кон'юнктури ринку, надає ринковій економіці необхідної гнучкості. Ця його риса набула в сучасних умовах особливого значення внаслідок швидкої індивідуалізації та диференціації споживчого попиту, прискорення науково-технічного прогресу (НТП), зростання номенклатури і асортименту промислових товарів та послуг.

По-третє, величезним є внесок малого підприємництва в здійснення прориву у ряді важливих напрямків НТП, передусім в галузі електроніки, інформатики, кібернетики. Сприяючи прискоренню реалізації новітніх технічних і комерційних ідей, випуску наукоємної продукції, мале підприємництво тим самим виступає провідником НТП.

По-четверте, мале підприємництво робить вагомий внесок у вирішення проблеми зайнятості. Ця функція виявляється у здатності цього сектору ринкової економіки створювати нові робочі місця й поглинати надлишкову

робочу силу під час циклічних спадів та структурних зрушень економіки.

У розвинутих країнах на малий бізнес припадає в середньому 50% всіх зайнятих та до 70-80% нових робочих місць. Якщо у період кризи 70-80-х років в розвинених країнах йшов процес скорочення робочих місць на великих підприємствах, то дрібні фірми їх не тільки зберігали, але й навіть створювали нові.

По-п'яте, важлива функція малого підприємництва полягає в пом'якшенні соціальної напруги і демократизації ринкових відносин, бо саме воно є фундаментальною основою формування активно діючого середнього класу суспільства. Отже, воно виконує функцію послаблення притаманної ринковій економіці тенденції до соціальної диференціації та розширення соціальної бази реформ, що здійснюються на даному етапі.

Все це дозволяє зробити висновок, що функціонування малого підприємництва не є відокремленим; взаємодіючи з великим та середнім підприємством, з державним сектором, воно становить невід'ємний структурний елемент сучасної ринкової економічної системи. Роль та функції малого підприємництва з точки зору загальноекономічних позицій полягають не тільки у тому, що воно є одним з найважливіших дійових факторів економічного розвитку суспільства, яке опирається на ринкові методи господарювання. Його важливою функцією є сприяння соціально-політичній стабілізації суспільства, тобто воно відкриває простір вільному вибору шляхів і методів роботи на користь суспільства та забезпечення добробуту громадян.

Отже, мале підприємництво є невід'ємною рисою будь-якої ринкової господарської системи, без чого така економіка і суспільство в цілому не можуть не тільки розвиватися, але навіть й існувати. Великий капітал, безумовно, визначає рівень науково-технічного і виробничого потенціалу, але основою розвитку країн з ринковою системою господарювання є мале підприємництво як найбільш масова,

динамічна форма ділового життя. Саме в цьому секторі створюється і функціонує чимала маса національних ресурсів, яка є живильним середовищем для середнього та великого бізнесу.

Як самостійна структурна ланка економіки мале підприємництво має ряд характерних *особливостей*.

1. Єдність права власності та безпосереднього управління підприємством. Спроможність та готовність підприємців малого бізнесу брати на себе ризик і нести відповідальність за рішення, що приймаються, передбачає саме таке поєднання.

2. Формування більш тісних взаємовідносин. Невеликі розміри фірми дозволяють окрім ділових стосунків встановлювати й неформальний, особистий характер зв'язків між працівником і підприємцем-роботодавцем, забезпечувати для персоналу дійовий механізм мотивації праці та більш високий ступінь задоволеності.

3. Відносно невеликі ринки ресурсів і збуту, що не дозволяє малій фірмі суттєво впливати на ціни і обсяг реалізації продукції у рамках галузі. Проте деякі з них дуже вдало виявляють свою ринкову нішу.

4. Формування більш тісних взаємовідносин. Невеликі розміри фірми дозволяють окрім ділових стосунків встановлювати й неформальний, особистий характер зв'язків між працівником і підприємцем-роботодавцем, забезпечувати для персоналу дійовий механізм мотивації праці та більш високий ступінь задоволеності.

5. Відносно невеликі ринки ресурсів і збуту, що не дозволяє малій фірмі суттєво впливати на ціни і обсяг реалізації продукції у рамках галузі. Проте деякі з них дуже вдало виявляють свою ринкову нішу.

6. Персоніфікований характер відносин підприємця з партнерами-постачальниками ресурсів та покупцями готової продукції. Це обумовлюється тим, що мале підприємство в принципі розраховане на обслуговування досить вузького кола споживачів.

7. Сімейний характер у веденні справи. Члени сім'ї нерідко входять у число працівників, базовий капітал малої фірми може формуватись за рахунок сімейних заощаджень, сама справа і досвід передаються від одного члена сім'ї (батька) іншому (сину) із збереженням секретів технології виготовлення продукції чи приготування смачних страв.

8. Особливий характер фінансування. Якщо великі корпорації формують необхідні фінансові ресурси через фондові біржі, то малі підприємства можуть розраховувати на відносно невеликі кредити банків, власні кошти та неформальний ринок капіталу (кошти позичаються у друзів, рідних, інших підприємців).

Малі підприємства мають переваги та недоліки.

Переваги: гнучкість, адаптація до місцевих умов, шанси на матеріальний успіх та можливість швидкої реалізації власної бізнес-ідеї, спрощена організаційна структура малого підприємства порівняно з великою компанією, можливість швидшого пристосування до зміни споживчого попиту, більш оперативне освоєння випуску нової продукції малими партіями, невисокі експлуатаційні витрати, більш висока оборотність капіталу, можливість успішного виживання при умові правильного вибору ринкової ніші (товар, географічний і клієнтурний ринок) та інструментів маркетингу.

Крім того, малі підприємства дозволяють зменшити диспропорцію у доходах між людьми, розвивати та пристосовувати різні види новітніх технологій, формувати та підтримувати прямі контакти із споживачами, можуть виступати як субпідрядники при виконанні певних робіт для великих підприємств. Малий бізнес є важливим зряддям боротьби з безробіттям завдяки своїй здатності у великих масштабах залучати незайняту робочу силу, яка вивільняється з великих підприємств у період економічної кризи.

Недоліки: фінансові труднощі, некомпетентність менеджерів-підприємців, підвищена чутливість до

економічних змін, проблеми залучення додаткових службовців, особливо високого рівня кваліфікації, обмежені можливості зберігання великих складських запасів, невисокий ступінь виживання фірми на початковому етапі створення суб'єкта, недостатність експортного потенціалу, підвищена особиста відповідальність керівника-підприємця малої фірми за всю бізнес-справу, високий ступінь ризику при освоєнні проекту, невпевненість партнерів по бізнесу при укладанні договорів з незнайомою малою фірмою.

Для активізації розвитку підприємництва в Україні та підвищення його ролі в суспільстві слід забезпечити реалізацію організаційно-правових, фінансово-економічних та соціально-психологічних завдань. Організаційно-правові, у свою чергу, можна розділити на правові та організаційні; фінансово-економічні – на економічні, фінансові та ресурсні.

Завдання правового характеру: створення нових та удосконалення чинних нормативно-правових актів сприяння підприємницькій діяльності, приватному і малому бізнесу, забезпечення їхньої однозначності та стабільності, удосконалення організаційно-правового та податкового державного регулювання і контролю.

Організаційні: послідовне державне планування розвитку і підтримки підприємництва, у тому числі малого бізнесу, шляхом розроблення загальнодержавних і регіональних програм, створення єдиної системи реєстрації та легалізації суб'єктів підприємництва, спрощення і здешевлення порядку відкриття фірми, розширення мережі структур інформаційного, консалтингового, інноваційного спрямування.

Економічні: поліпшення загального стану економіки і зростання обсягів вітчизняного виробництва, підвищення надійності і стабільності національної грошової одиниці. Створення умов для суттєвого зростання платоспроможного попиту населення, подальше удосконалення механізмів прискорення роздержавлення власності та приватизації підприємств.

Фінансові: удосконалення системи фінансування, кредитування, страхування, реформа оподаткування, різноманітність форм фінансово-кредитної підтримки малого бізнесу.

Ресурсні: можливість формування капіталу для початківців, отримання матеріально-технічних ресурсів, виробничих площ і приміщень для офісів, доступність науково-технічного та інформаційного потенціалу, використання природного багатства, розвиток ринку нерухомості та лізингу.

Соціальні: реалізація соціально-економічних програм, соціальне партнерство підприємництва з державними структурами та органами виконавчої влади, проведення спонсорської та благодійної діяльності, підвищення соціально-етичної відповідальності підприємця у суспільстві, пропагування культури бізнесу.

Таким чином, завдяки ефективному підприємництву Україна прискорить процес переходу до розвинутої економіки і суспільного прогресу.

ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Ознаки та принципи здійснення підприємницької діяльності.
2. Суб'єкти підприємницької діяльності, її функції.
3. Види підприємницького бізнесу.
4. Особливості форм підприємництва.
5. Одноосібна форма підприємництва.
6. Принципи здійснення підприємництва.
7. Моделі підприємницької діяльності.
8. Типи підприємницької діяльності.
9. Особливості посередницької підприємницької діяльності.
10. Мале підприємництво, його функції.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Консалтинг як вид підприємницької діяльності.
2. Розвиток венчурного підприємництва в Україні.
3. Основні функції товарних бірж.
4. Особливості діяльності товарних бірж.
5. Особливості діяльності комерційних банків України.
6. Розвиток консалтингових послуг в Україні.
7. Особливості організації підприємницької діяльності США, Японії, Росії.
8. Сучасні тенденції соціально-економічного розвитку малого підприємництва в Україні.
9. Особливості кредитування малого бізнесу в Україні.
10. Проблеми функціонування суб'єктів малого підприємництва в Україні.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Ініціативна самостійна діяльність окремих фізичних або юридичних осіб, що спрямована на отримання прибутку і здійснюється на власний ризик з майновою відповідальністю – це:
 - а) виробництво;
 - б) підприємництво;
 - в) праця;
 - г) реалізація продукції.
2. Самостійний агент ринку, який діє на свій страх і ризик, під особисту відповідальність за результати бізнесової діяльності – це:
 - а) підприємець;
 - б) менеджер;
 - в) посередник;
 - г) постачальник.

3. Найманий працівник, який організовує реалізацію завдань – це:
- а) підприємець;
 - б) менеджер;
 - в) посередник;
 - г) постачальник.
4. Суб'єктами підприємницької діяльності можуть бути:
- а) громадяни України;
 - б) громадяни інших держав;
 - в) юридичні особи – підприємства (організації) усіх форм власності;
 - г) всі відповіді вірні.
5. Об'єктами підприємницької діяльності можуть бути:
- а) товар;
 - б) продукт;
 - в) послуга;
 - г) всі відповіді вірні.
6. Фізичні або юридичні особи, які репрезентують інтереси виробників або споживачів, називаються:
- а) підприємець;
 - б) менеджер;
 - в) посередник;
 - г) постачальник.
7. Посередник, який діє від імені й на користь виробника або споживача і працює на довготерміновій основі – це:
- а) брокер;
 - б) комісіонер;
 - в) агент;
 - г) консигнант.
8. Перепродає товар від свого імені й за власний рахунок:
- а) оптово-роздрібна фірма;
 - б) торговий дім;
 - в) дилер;
 - г) дистриб'ютор.
9. Постійно діючий оптовий ринок, який виконує спеціалізовані функції – це:

- а) аукціон;
 - б) біржа;
 - в) ринок;
 - г) склад.
10. Залучення до підприємницької діяльності майна і засобів юридичних осіб і громадян – це:
- а) форма підприємництва;
 - б) вид підприємництва
 - в) принцип підприємництва;
 - г) тип підприємництва.
11. Спільне підприємство або партнерство, засноване на колективній власності – це:
- а) форма підприємництва;
 - б) вид підприємництва
 - в) принцип підприємництва;
 - г) тип підприємництва.
12. Модель підприємства, орієнтована на максимально ефективне використання наявних ресурсів підприємства, називається:
- а) інноваційна;
 - б) ринкова;
 - в) класична;
 - г) інвестиційна.
13. Сукупність державних, приватних та громадських інститутів, які обслуговують інтереси суб'єктів підприємництва, забезпечують їх господарську діяльність та сприяють підвищенню її ефективності – це:
- а) ринок;
 - б) інфраструктура бізнесу;
 - в) бізнес;
 - г) підприємство.
14. Установи, які займаються акумуляцією тимчасово вільних коштів, перетворюють їх у кредити, надають фінансову допомогу – це:
- а) організаційно-технічна інфраструктура;
 - б) фінансово-кредитна інфраструктура;

- в) інформаційно-аналітична інфраструктура
- г) інформаційно-технічна інфраструктура.



ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ ТА НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

- 3.1 Правові основи функціонування підприємств.
- 3.2 Організаційно-правові форми підприємств.
- 3.3 Головні види та напрями діяльності підприємств.



- *нормативна база*
- *організаційно-правова форма*
- *класифікація підприємств*
- *вид діяльності*

3.1 Правові основи функціонування підприємств

Основними правовими актами, які регулюють діяльність підприємств, є: Господарський кодекс України від 16.01.2003 року № 436-IV, Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців» від 15.05.2003 року № 755-IV, статут підприємства, Генеральна тарифна угода, колективний договір, Державний класифікатор «Класифікація організаційно-правових форм господарювання» (КОПФГ) від 01.01.2008 року та інші правові документи, що регулюють окремі напрями діяльності підприємства.

Господарський кодекс України регламентує порядок створення, реєстрації, ліквідації і реорганізації підприємств; розкриває загальні принципи управління підприємством і самоврядуванням трудового колективу; розглядає механізм формування і використання майна підприємств; визначає види господарської, економічної і соціальної діяльності

підприємств; фіксує права і відповідальність у здійсненні господарської діяльності; регулює відносини з іншими господарюючими суб'єктами та державою.

Підприємство вважається створеним і набуває прав юридичної особи з дня його державної реєстрації.

Окремими видами діяльності підприємство може займатися тільки на підставі спеціального дозволу (ліцензії). Підприємство діє на основі статуту.

Статут підприємства – це зібрання обов'язкових правил, що регулюють його взаємовідносини з іншими суб'єктами господарювання, а також індивідуальну діяльність. Статут затверджується власником (власниками) майна, а для державних підприємств – власником майна за участю трудового колективу.

У статуті підприємства визначаються власник та найменування підприємства, його місцезнаходження, предмет і цілі діяльності, його органи управління, порядок їх формування, компетенція та повноваження трудового колективу і його виборчих органів, порядок утворення майна підприємства, умови реорганізації та припинення діяльності підприємства.

У найменуванні підприємства визначаються його назва (завод, фабрика, майстерня та ін.) і вид (індивідуальне, сімейне, приватне, колективне, державне) тощо.

До статуту можуть включатися положення, пов'язані з особливостями діяльності підприємства: про трудові відносини, що виникають на підставі членства; про повноваження, порядок створення та структуру ради підприємства; про знаки для товарів і послуг та ін.

У статуті підприємства визначається орган, який має право представляти інтереси трудового колективу (рада трудового колективу, рада підприємства, профспілковий комітет та інше).

Трудовий колектив підприємства становлять усі громадяни, які своєю працею беруть участь у його діяльності на основі трудового договору (контракту, угоди), а також

інших форм, що регулюють трудові відносини працівника з підприємством.

Трудовий колектив підприємства з правом наймання робочої сили:

- розглядає і затверджує проект колективного договору;
- розглядає і вирішує згідно зі статутом підприємства питання самоврядування трудового колективу;
- визначає і затверджує перелік і порядок надання працівникам підприємства соціальних пільг;
- бере участь у матеріальному і моральному стимулюванні продуктивної праці, заохочує винахідницьку і раціоналізаторську діяльність, порушує клопотання про представлення працівників до державних нагород.

Трудовий колектив державного та іншого підприємства, в якому частка держави або місцевої Ради народних депутатів у вартості майна становить більш як 50%:

- разом із засновником розглядає зміни і доповнення до статуту підприємства;
- разом із засновником підприємства визначає умови найму керівника;
- бере участь у вирішенні питання про виділення зі складу підприємства одного чи кількох структурних підрозділів для створення нового підприємства;
- разом із власником вирішує питання про вступ і вихід підприємства з об'єднання підприємств;
- погоджує пропозиції щодо передачі з державної у комунальну власність майна, закріпленого за підприємством, об'єктів соціальної інфраструктури, споруджених за рахунок коштів підприємства;
- приймає рішення про оренду майна підприємства, створення на основі трудового колективу органу для переходу на оренду і викупу підприємства.

При частковому викупі майна підприємства трудовий колектив набуває права співвласника, а підприємство – статус спільного.

Після повного викупу підприємства трудовий колектив набуває прав колективного власника.

Повноваження трудового колективу всіх видів підприємств, де використовується наймана праця, реалізуються, якщо інше не передбачається статутом, загальними зборами (конференцією) та їх виборчим органом, члени якого обираються таємним голосуванням на зборах (конференції) трудового колективу строком на 2-3 роки не менш як 2/3 голосів. Членів виборчого органу не може бути звільнено з роботи або переведено на інші посади з ініціативи адміністрації підприємства без згоди відповідного виборчого органу цього колективу.

Керівник підприємства наймається (призначається) власником або обирається власниками майна.

При наймі (призначенні, обранні) власником або уповноваженим ним органом керівника підприємства на посаду з ним укладається контракт (договір, угода), в якому визначаються права, строки найму, обов'язки і відповідальність керівника підприємства перед власником та трудовим колективом, умови його матеріального забезпечення і звільнення з посади з урахуванням гарантій, передбачених контрактом (договором, угодою) та законодавством України.

Керівник підприємства самостійно вирішує питання діяльності підприємства, за винятком віднесених статутом до компетенції інших органів управління даного підприємства. Власник майна не має права втручатися в оперативну діяльність керівника підприємства.

Керівника підприємства може бути звільнено з посади до закінчення строку контракту на підставах, передбачених контрактом або законодавством України.

Заступники керівника підприємства, керівники та спеціалісти підрозділів апарату управління і структурних

підрозділів (виробництв, цехів, відділів, відділень, дільниць, ферм та інших аналогічних підрозділів підприємств), а також майстри і старші майстри призначаються на посаду і звільняються з посади керівником підприємства.

Колективний договір повинен укладатися на всіх підприємствах, які використовують найману працю, між власником або уповноваженим ним органом і трудовим колективом і не може суперечити чинному законодавству України.

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

Колективним договором регулюються виробничі, трудові і економічні відносини трудового колективу з адміністрацією підприємства, питання охорони праці, соціального розвитку, участі працівників у використанні прибутку підприємства, якщо останнє передбачене статутом підприємства.

Розбіжності, що виникають при укладанні або виконанні колективного договору, вирішуються в порядку, встановленому законодавчими актами України.

Сторони, які уклали колективний договір, не менше двох разів на рік звітують про його виконання на зборах (конференціях) трудового колективу.

Господарський кодекс України, статут, колективний договір регламентують трудові доходи працівника підприємства. В них підкреслюється, що власник або уповноважений ним орган устанавлює фонд оплати праці на умовах, визначених колективним договором (угодою).

Трудові доходи найманого працівника підприємства визначаються *трудовим договором* відповідно до законодавства України, а для інших працівників – угодою між ними. Трудові доходи працівника підприємства регулюються податками.

Мінімальний розмір заробітної плати працівників, які працюють за трудовим договором, визначається відповідно до діючого законодавства.

Підприємство самостійно встановлює форми, системи і розміри оплати праці, а також інші види доходів працівників згідно з законодавством.

Підприємства можуть використовувати тарифні сітки і шкали співвідношень посадових окладів, що визначаються галузевими або генеральними угодами як орієнтири для диференціації оплати праці залежно від професії, кваліфікації працівників, складності та умов виконуваних ними робіт.

Генеральна тарифна угода включає такі розділи:

- зазначення договірних сторін і правової бази тарифної угоди;
- оплата праці;
- забезпечення зайнятості;
- охорона праці;
- соціальні гарантії;
- зобов'язання профспілок;
- гарантії профспілкової діяльності;
- склад комісії;
- лист погодження.

Підприємства мають діяти і господарювати в межах законодавства, що регулює усі напрями їх діяльності.

Майно підприємства становлять матеріальні активи та оборотні кошти, а також інші цінності, вартість яких відображається в його самостійному балансі і яке належить підприємству за правом власності або повного господарського відання (володіння, користування і розпоряджання ним на свій розсуд).

Джерелами формування майна підприємства служать:

- грошові й матеріальні внески засновників;
- доходи від реалізації продукції, інших видів господарської діяльності, від цінних паперів;
- кредити банків та інших кредиторів;

- капітальні вкладення, дотації з державного й місцевого бюджетів;
- надходження від роздержавлення та приватизації власності або від придбаного майна іншого підприємства (організації);
- безплатні або доброчинні внески підприємств, організацій та окремих громадян.

Підприємство, якщо інше не передбачене його статутом, має право (з дозволу власника) продавати, здавати в оренду, обмінювати, передавати безплатно в тимчасове користування іншим підприємствам і громадянам засоби виробництва та інші матеріальні цінності. Воно може також випускати й продавати власні цінні папери, купувати їх у інших юридичних осіб. Підприємству дозволяється за певну плату або на пільгових умовах володіти користуватися землею та іншими природними ресурсами. При цьому його обов'язком є своєчасне здійснення природоохоронних заходів (здебільшого власним коштом). Уразі банкрутства підприємства фінансування таких заходів провадиться за рахунок коштів від продажу його майна, а за браком таких – з бюджету відповідного органу місцевої влади або держави.

Кожне підприємство самостійно планує свою діяльність і визначає перспективи (стратегію) розвитку, виходячи з попиту на продукцію, що виробляється (роботу, послуги, що виконуються), та необхідності постійного збільшення власного зиску, а також здійснює матеріально-технічне забезпечення виробництва через систему прямих угод (контрактів) з постачальниками або за посередництвом торгових бірж. Воно реалізує вироблену продукцію через прямі угоди зі споживачами, державне замовлення (у разі існування такого), через мережу бірж і власних торговельних підприємств за цінами (тарифами), які воно встановлює самостійно, або за цінами договірними, регульованими державою чи вільними (ринковими).

На всіх підприємствах основним узагальнюючим показником фінансових результатів господарсько-економічної діяльності є прибуток (дохід). Порядок використання останнього визначає власник (власники) підприємства або вповноважений ним (ними) орган. Державний вплив на вибір напрямків використання прибутку (доходу) здійснюється через систему податків, податкових пільг, різних економічних санкцій. У випадках, передбачених статутом підприємства, певна частина чистого прибутку може передаватися у власність членів трудового колективу.

За умови зовнішньоекономічної діяльності підприємства частину прибутку (доходу) становлять валютні кошти, що зараховуються на його валютний рахунок у банку та використовуються ним самостійно. Залежно від величини доходу підприємства визначається фонд оплати праці його персоналу.

Держава гарантує дотримання законних прав та інтересів кожного підприємства. Здійснюючи господарську та іншу діяльність, підприємство має право з власної ініціативи приймати будь-які рішення в межах чинного законодавства України. Окрім передбачених законодавством випадків, втручання державних і громадських органів, політичних партій і рухів у діяльність підприємства не дозволяється. Збитки (включаючи очікуваний, але не одержаний прибуток), завдані підприємству з вини державних органів або їхніх службових осіб, мають бути відшкодовані за рахунок останніх.

Держава забезпечує будь-якому підприємству однакові економічні й правові умови господарювання. З цією метою вона:

- сприяє розвитку ринку, здійснюючи його регулювання за допомогою економічних методів та антимонопольного законодавства;
- забезпечує пільгові умови тим підприємствам, які впроваджують прогресивні технології і створюють нові робочі місця;

- стимулює розвиток малих підприємств, надаючи пільги за оподаткування та державного кредитування, створюючи фонди сприяння розвитку малих підприємств тощо.

Контроль за окремими видами діяльності підприємства здійснюють державна податкова інспекція та державні органи, що виконують нагляд за безпекою виробництва і праці (включаючи екологічну безпеку) в межах своєї компетенції, встановлюваної відповідними законодавчими актами України. Якщо вимоги цих органів виходять за межі їхніх повноважень, підприємство має право не виконувати таких вимог.

У разі порушення договірних зобов'язань, кредитно-розрахункової і податкової дисципліни, вимог щодо якості продукції та інших правил здійснення господарської діяльності підприємство несе відповідальність, передбачену чинним законодавством України (сплачує штрафи, відшкодовує завдані збитки). Проте сплата штрафів і відшкодувань не звільняє підприємство без згоди споживача від виконання договірних зобов'язань щодо поставок продукції, здійснення робіт або надання послуг у повному обсязі й у відповідні строки.

3.2 Організаційно-правові форми підприємств

Законодавство України про підприємства оперує такими поняттями, як організаційні форми, види і категорії підприємств. Кожне з них вживається для класифікації підприємств за певними ознаками.

Організаційна (організаційно-правова) форма передбачає класифікацію підприємств залежно від форм власності, визначених Конституцією України, та способів розмежування у підприємствах окремих форм власності і управління майном. Юридичне значення цього полягає в урахуванні у законодавстві особливостей правового становища підприємств окремих видів.

Загалом організаційна форма і вид визначають суб'єкта, який має право присвоювати результати діяльності підприємства. З точки зору організаційної форми виділяють такі види підприємств: приватні, колективні, господарські товариства, підприємства, засновані на власності об'єднання громадян, комунальні, державні (в тому числі казенні).

Слід мати на увазі, що відповідно до чинного на момент створення підприємств законодавства в Україні були створені і діють до цього часу й інші види підприємств: індивідуальні, сімейні, спільні (в тому числі з іноземними інвестиціями) підприємства.

Приватне підприємство – це організаційно-правова форма підприємства, заснованого на власності фізичної особи.

Визначення приватне, крім форми власності, виражає головну особливість правового становища підприємств цієї організаційної форми. Згідно із законодавством України власник у даному разі водночас є і підприємцем, тобто власність і управління майном у приватному підприємстві не розмежовуються.

Колективне підприємство – це організаційно-правова форма підприємства, заснованого на власності трудового колективу підприємства.

Визначення колективне означає, що підприємство належить колективу співвласників (засновників, учасників), які діють як один суб'єкт права колективної власності. Правосуб'єктність власника (у даному разі колективу або групи власників, організованих у колективне підприємство з правами юридичної особи) реалізується через юридичну особу – підприємство, яке володіє, користується і розпоряджається майном відповідно до свого статуту. Це вид недержавної юридичної особи. Право колективної власності у колективному підприємстві безпосередньо здійснюють його органи управління – вищий орган управління (загальні збори або конференція) і правління. Отже, колективне підприємство, поки воно діє, – це об'єкт права власності

відповідної юридичної особи. Його засновники і учасники є власниками часток (паїв, вкладів) у майні підприємства.

Специфічним видом колективного підприємства є також *орендне підприємство*.

Державне підприємство являє собою організаційно-правову форму підприємства, заснованого на державній власності. Визначення державне вказує, що дане підприємство має особливості правового становища порівняно з недержавними підприємствами. Ці особливості обумовлені способом відмежування функцій власника від функцій управління майном у державному підприємстві. Саме державне підприємство, як майновий комплекс, є об'єктом права державної власності.

Підприємству, як суб'єктові права, це майно належить на праві повного господарського відання. Це право вужче, ніж право власності. Обсяг його залежить від цільового призначення відповідного майна. Державне підприємство володіє, користується і розпоряджається цим майном «на свій розсуд, вчиняючи щодо нього будь-які дії, які не суперечать чинному законодавству та статуту підприємства». Оскільки державне підприємство є суб'єктом права повного господарського відання майном, а не суб'єктом права власності, щодо державних підприємств діє спеціальна категорія – правовий режим майна державних підприємств. Вона означає, що державні підприємства керуються спеціальними правилами заснування, утворення їх майна при заснуванні, визначення цілей і предмета діяльності, управління майном, розподілу прибутку тощо.

Державні підприємства, як суб'єкти однієї форми власності (організаційної форми), поділяються на види:

- державні підприємства, засновані на державній власності;
- державні підприємства, засновані на республіканській (Автономної Республіки Крим) власності;
- казенні підприємства.

Усі ці підприємства – державні юридичні особи.

Особливим видом підприємства, заснованого на державній власності, є *казенне підприємство*. Майно, що є у державній власності і закріплене за казенним підприємством, належить йому не на праві повного господарського відання, а на праві оперативного управління.

Здійснюючи право оперативного управління, казенне підприємство володіє і користується зазначеним майном. Розпоряджатися закріпленим за ним на праві оперативного управління державним майном, що належить до основних фондів підприємства, казенне підприємство може лише з дозволу органу, уповноваженого управляти відповідним державним майном. Особливості розпорядження іншим майном казенного підприємства визначаються у його статуті.

Спільне підприємство – це організаційна форма підприємства, заснованого за законами України на базі об'єднання майна різних форм власності (так звана змішана форма власності). Спільні підприємства, як правило, мають форму господарських товариств, тобто є суб'єктами права колективної власності.

Засновниками спільних підприємств можуть бути юридичні особи і громадяни України, інших держав. Залежно від цього є два види спільних підприємств:

- звичайні (національні) спільні підприємства;
- спільні підприємства з іноземними інвестиціями.

Спільне підприємство з іноземними інвестиціями – це підприємство (організація) будь-якої організаційно-правової форми, створене відповідно до законодавства України, іноземна інвестиція в статутному фонді якого, за його наявності, становить не менше 10 відсотків.

Підприємство набуває статусу підприємства з іноземними інвестиціями з дня зарахування іноземної інвестиції на його баланс.

Іноземне підприємство – це організаційно-правова форма підприємства з місцезнаходженням в Україні, створеного як суб'єкт права згідно із законодавством

іноземної держави, майно якого повністю перебуває у власності іноземних громадян, юридичних осіб або держави.

Визначення іноземне (іноземна власність) означає, що підприємство підпорядковується різним юрисдикціям. Порядок створення і внутрішньої діяльності іноземного підприємства регулюється законодавством країни, якій воно належить. Законодавство України не регулює цих відносин. Разом з тим умови реєстрації діяльності іноземного підприємства в Україні регулюються українським законодавством, тобто на іноземні підприємства загалом поширюється національний правовий режим господарської діяльності.

Залежно від способу утворення (заснування) та формування статутного фонду в Україні діють підприємства унітарні та корпоративні.

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

Корпоративне підприємство утворюється, як правило, двома або більше засновниками за їх спільним рішенням (договором), діє на основі об'єднання майна та/або підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників), їх спільного управління справами, на основі корпоративних прав, у тому числі через органи, що ними створюються, участі засновників (учасників) у розподілі доходів та ризиків підприємства. Корпоративним є підприємство, засноване на приватній власності двох або більше осіб.

Залежно від форми організації господарської діяльності розрізняють підприємства та об'єднання.

Об'єднання – це єдиний виробничо-господарський комплекс взаємозв'язаних спеціалізованих суб'єктів господарювання (підприємств, науково-дослідних і проектно-конструкторських організацій, пусконаладжувальних, монтажних та інших структурних одиниць), створений на основі технологічної єдності процесів виробництва, однорідності продукції, що випускається, територіальній компактності об'єднаних суб'єктів господарювання, розвитку спеціалізації, кооперування, комбінування виробництва та централізації управління.

Розрізняють два *типи* таких об'єднань.

Перший тип об'єднань має договірну форму. Його основою є міжфірмова угода. У договірних об'єднаннях (*господарських товариствах*) сторони не створюють нової юридичної одиниці спільного володіння та не здійснюють перерозподілу акцій існуючих підприємств.

Другий тип об'єднань має форму спільного підприємства. У такому випадку об'єднання кількох підприємств веде до появи нового суб'єкта господарювання. Право власності на створюваному об'єднанні поділяється між учасниками відповідно до вкладеного капіталу.

Прикладом договірною об'єднання може бути консорціум, акціонерне товариство, корпорація.

Мотиви об'єднання можуть бути такі:

- диверсифікація виробництва;
- придбання виробничої бази або джерел сировини;
- скорочення капітальних витрат та зменшення ризику при створенні нових виробничих потужностей;
- проникнення на новий ринок збуту продукції;
- освоєння нових видів діяльності;
- розширення діючого виробництва;
- придбання нових каналів реалізації товарів або надання послуг;
- підвищення ефективності маркетингу;

- прагнення уникнути сезонної або циклічної нестабільності виробництва;
- комплексне використання сировини, матеріалів, відходів виробництва;
- реалізація складних інвестиційних та інноваційних проектів;
- зниження за допомогою партнерів витрат виробництва тощо.

Підприємницька діяльність сфери малого бізнесу реалізується у двох формах: індивідуальна підприємницька діяльність без утворення юридичної особи і приватне підприємство (фірма).

Індивідуальне підприємство ґрунтується на праві власності однієї особи або сім'ї, котрі отримують весь дохід і несуть увесь ризик від бізнесу. Власник індивідуального підприємства несе відповідальність щодо зобов'язань підприємства в межах, визначених його статутом.

Як правило, власники одночасно є і керівниками. Це одна з найбільш поширених простих і динамічних форм бізнесу.

Одноосібні фірми існують завдяки ініціативі однієї людини – власника. Доля такої фірми тісно пов'язана з долею її власника. Часто смерть власника фірми, зміна місця проживання або зміна складу сім'ї є причиною її ліквідації.

Невизначеність життєвого циклу такої фірми впливає на ставлення до неї з боку підприємств, що мають з нею ділові стосунки. Вони, наприклад, не прагнуть укладати з такою фірмою довгострокових інвестиційних угод.

Товариство як організаційно оформлене добровільне співробітництво фізичних та юридичних осіб створюється для досягнення спільної комерційної мети і ґрунтується, як правило, на особистій участі в його діяльності кожного члена товариства. Товариство створюється тоді, коли зусиль одного підприємця або фірми недостатньо для реалізації певного проекту, тому вони об'єднуються з іншими особами.

Залежно від прийнятої у статуті міри майнової відповідальності можуть бути такі види товариств:

- просте товариство;
- товариство з повною майновою відповідальністю (повне товариство);
- командитне товариство (товариство на довірі);
- товариство з обмеженою відповідальністю.

Просте товариство створюється внаслідок угоди учасників про об'єднання їхнього майна та особистої участі в його діяльності. У такому випадку товариство не є юридичною особою і має форму угоди про спільну діяльність, згідно з якою члени не відповідають за борги один перед одним, але несуть солідарну відповідальність за борги товариства усім майном, що йому належить. У такому товаристві кожний член може виступити від свого імені при укладанні різних угод. Загальний дохід товариства розподіляється між учасниками відповідно до умов угоди.

Повним товариством визнається таке, у якому всі учасники здійснюють статутну діяльність у межах однієї фірми та несуть необмежену відповідальність за спільні борги (відповідають не лише особистою часткою, а й усім своїм майном як солідарні боржники). Характерною особливістю є те, що кожний учасник повинен особисто працювати в товаристві, у зв'язку з чим робота в інших товариствах стає неможливою. Організаційна структура управління в товаристві проста. Тут не створюються спеціальні органи управління, а за спільною згодою учасники товариства можуть делегувати управлінські функції один одному. Застосовуються переважно економічні методи управління, започатковані на матеріальній заінтересованості.

Командитне товариство – це організація, що складається з одного або кількох учасників, які відповідають усім своїм майном (необмежено відповідальні товариші – комплементарії), і одного або кількох членів, відповідальність яких обмежується їхніми внесками – паями

(командитисти). Їх називають пайовиками, або вкладниками. Вкладники у такому товаристві є інвесторами і не входять до складу засновників фірми. Перелік вкладників із зазначенням розмірів внеску кожного з них указується у статуті командитного товариства.

Найбільш розвинутою формою господарських товариств є *акціонерне товариство*. Головним атрибутом такого товариства служить *акція* – цінний папір без встановленого терміну обігу, який засвідчує пайову участь у статутному фонді товариства; підтверджує членство в ньому і право на участь в управлінні ним; дає учаснику товариства право на одержання частки прибутку у вигляді дивіденду та участь у розподілі майна в разі ліквідації товариства. За існуючою практикою акціонерні товариства бувають двох видів: *відкритого типу*, акції яких розповсюджуються через відкриту підписку та купівлю-продаж на фондових біржах; *закритого типу*, акції яких можуть розподілятися між засновниками або серед задалегідь визначеного кола осіб і не можуть розповсюджуватись шляхом підписки, купівлі-продажу на біржі. У вересні 2008 року був прийнятий Закон України «Про акціонерні товариства», згідно з яким акціонерні товариства поділяються на два типи: *публічні* та *приватні*. Склад акціонерів *приватного* акціонерного товариства не може перевищувати 100 акціонерів. *Публічне* акціонерне товариство може здійснювати публічне та приватне розміщення акцій. *Приватне* акціонерне товариство може здійснювати тільки приватне розміщення акцій. У разі прийняття загальними зборами приватного акціонерного товариства рішення про здійснення публічного розміщення акцій до статуту товариства вносять відповідні зміни, в тому числі про зміну типу товариства з приватного на публічне. Зміна типу товариства з приватного на публічне або з публічного на приватне не є його перетворенням.

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

господарювання має істотні переваги: *фінансові* – створює механізм оперативної мобілізації великих за обсягом інвестицій і регулярного одержання доходу в формі дивідендів; *економічні* – акціонерний капітал сприяє встановленню гнучкої системи виробничо-господарських зв'язків, опосередкованих перехресним або ланцюговим володінням акціями; *соціальні* — акціонування є важливою формою роздержавлення власності підприємств будь-яких розмірів.

Взаємовідносини між членами товариства (товаришами) будуються на основі таких *принципів*:

- права та обов'язки члена товариства визначаються лише його пайовим внеском;
- вкладник може управляти справами товариства лише як його уповноважений, а за відсутності таких повноважень не має права заперечувати дії необмежено відповідальних товаришів;
- у разі банкрутства товариства вкладники мають переважне право перед необмежено відповідальними товаришами на отримання своїх внесків з майна товариства, що залишилось після задоволення потреб кредиторів;
- перед третіми особами вкладник відповідає своїм внеском. Якщо цей внесок не був зроблений або зроблений не повністю, він відповідає майном у розмірі внеску, зафіксованому в статуті;
- вкладник відповідає однаково з необмежено відповідальними товаришами, якщо він дав згоду на внесення свого прізвища до складу засновників товариства. Вкладник також несе відповідальність за угодами, які були укладені ним від імені товариства за відсутності для цього повноважень.

Товариство з обмеженою відповідальністю є формою спільної діяльності, яка передбачає наявність статутного капіталу, розділеного на частки, розмір яких визначається засновницькими документами. У товаристві з обмеженою

відповідальністю право володіння частками статутного капіталу кожним партнером підтверджується спеціальним свідоцтвом, яке не є цінним папером, на відміну від акцій акціонерного товариства. Кожний партнер товариства з обмеженою відповідальністю несе відповідальність у межах свого майна, він має право уступити свою частку одному або кільком учасникам цього товариства. У випадку, якщо партнери відмовляються від придбання частки, вона може бути продана третім особам.

Право продажу частки третім особам має передбачатися у статуті або в угоді про створення товариства.

Партнери також користуються переважним правом придбання частки або її частини учасника, який уступає її, пропорційно своїм часткам у статутному капіталі товариства або в іншому взаємоузгодженому порядку. При переданні частки або її частини третій особі одночасно відбувається перехід до нього прав та обов'язків, що належали партнеру, який уступив частку повністю або частково.

Будь-який учасник товариства з обмеженою відповідальністю має право вийти з нього за власним бажанням після відповідного рішення зборів. Але до моменту виходу партнер мусить виконати усі зобов'язання, термін виконання яких настав. Лише в цьому разі йому може бути виплачена вартість майна товариства пропорційно до його частки у статутному капіталі, який відповідно зменшується на виплачену частину, якщо вона не відшкодовується рештою учасників товариства.

Виплата відбувається після затвердження звіту за рік, у якому партнер вийшов із товариства, і в термін до 12 місяців з дня виходу, якщо установчими документами не передбачена інша процедура виходу. На вимогу учасника товариства і за згодою товариства внесок може бути повернений повністю або частково в натурально-речовій формі. Вибулому учаснику виплачується частина прибутку, що йому належить, а також повертається у натуральній формі майно, яке було передано фірмі у володіння та користування.

Товариство з обмеженою відповідальністю не відповідає за особисті борги його членів. Але за недостатності майна учасника товариства для покриття його особистих боргів кредитори мають право вимагати виокремлення частки учасника-боржника в порядку, передбаченому при виході партнера з товариства.

Важливою відмітною рисою товариства з обмеженою відповідальністю є можливість членства в ньому правонаступників (спадкоємців) вибулого учасника товариства. При реорганізації юридичної особи, що є учасником товариства з обмеженою відповідальністю, або у разі смерті фізичної особи-учасника їхні правонаступники і спадкоємці можуть вступати в товариство за згодою товариства.

У випадку ліквідації юридичної особи – учасника товариства або у разі відмови правонаступника (спадкоємця) від вступу в товариство з обмеженою відповідальністю воно зобов'язане виділити частку, що належить реорганізованій або ліквідованій юридичній особі (або померлому члену товариства), з виплатою прибутку, який їм належить.

Учасник товариства може бути виключений із товариства, якщо він систематично не виконує своїх зобов'язань або протидіє досягненню цілей товариства. Рішення про виключення має бути прийнято одногосне на загальних зборах його членів.

Товариство з обмеженою відповідальністю може складатися не менше ніж з двох учасників. Вони мають право:

- брати участь в управлінні справами товариства в порядку, установленому статутом;
- отримувати прибуток від діяльності товариства;
- одержувати частину майна при його ліквідації;
- отримувати інформацію про діяльність товариства, зокрема знайомитися з даними бухгалтерського обліку та звітності.

Водночас зазначене товариство зобов'язане:

- дотримуватися статуту товариства та виконувати рішення його вищого органу;
- робити внески в порядку, передбаченому засновницькими документами;
- не розголошувати конфіденційної інформації щодо діяльності товариства.

Кожний учасник товариства з обмеженою відповідальністю має свою частку в майні товариства, яка визначається за згодою сторін. Внесок учасника товариства є головним джерелом формування майна.

Внесок до статутного капіталу може бути здійснений у будь-якій формі. Внеском учасника може бути передання його майна товариству у володіння та користування на визначений термін.

Управління товариством з обмеженою відповідальністю здійснюють збори учасників товариства, а за необхідності – дирекція (директор), правління та інші органи, що створюються товариством, їх назва, компетенція, кількісний склад та порядок формування визначаються статутом товариства. Найвищим органом управління є загальні збори його учасників.

Товариство з обмеженою відповідальністю для забезпечення управління виробничо-господарською діяльністю може найняти директора. Директор діє на основі контракту. Однією з найважливіших умов діяльності товариства є контроль за його роботою з боку власника.

Основою діяльності будь-якого товариства є письмова або усна угода між його членами. Для того щоб уникнути помилок та конфліктів у процесі спільної діяльності, необхідно, щоб угода була укладена в письмовій формі або у вигляді статуту.

Як правило, зміст угоди про товариство містить:

- повні вимоги кожного партнера;
- строк угоди;

- суму коштів, інвестованих кожним партнером;
- схему розподілу прибутку та можливих збитків;
- процедуру ліквідації товариства;
- процедуру прийняття нових членів;
- обмеження на суму коштів, яка може бути вилучена з капіталу товариства кожним партнером;
- спосіб компенсації збитків, яких зазнали партнери.

Будь-яка асоціація людей чи товариств має бути визнана як *кооператив*, якщо вона має на меті підвищення економічного чи соціального рівня життя своїх членів шляхом ведення підприємства, яке ґрунтується на взаємодопомозі.

Основна ідея кооперації – поєднання зусиль багатьох осіб чи їх товариств, спрямованих на досягнення спільної для них господарської мети. Саме ж об'єднання, яке створюється для досягнення такими спільними зусиллями загальної господарської мети, називається *кооперативним об'єднанням*.

Згідно з чинним законодавством в Україні *кооператив* – це суспільна організація громадян, які добровільно об'єдналися для спільної господарської та іншої діяльності на основі належного їм на правах власності орендованого або наданого в безоплатне користування майна, самостійності, самоврядування і самофінансування, а також найповнішого поєднання інтересів членів кооперативу з інтересами колективу і суспільства.

Майно кооперативу може формуватися за рахунок:

- грошових або матеріальних внесків членів кооперативу;
- доходів від виробничої діяльності;
- продажу акцій;
- державного майна, переданого в безоплатне користування;
- орендних відносин.

За рахунок цих джерел створюється майновий фонд членів кооперативу, який охоплює вартість основних виробничих і оборотних фондів, цінні папери, акції, грошові

кошти й відповідну частку в матеріальних цінностях інших підприємств і організацій. Члену кооперативу щорічно нараховується частина прибутку залежно від частки у пайовому фонді. Ці відносини регулюються статутом кооперативу.

Пай є власністю членів кооперативного підприємства. Але право розпоряджатися своїм паєм на власний розсуд їм надається лише після припинення членства в кооперативі. При цьому пай може бути видано натурою, грошима або цінними паперами.

Проте не кожне колективне підприємство може називатися підприємством кооперативним. Наприклад, акціонерні компанії також є підприємствами колективними. Для того, щоб організація могла називатися кооперативом, вона має вирізнитися низкою характерних ознак, які називаються *організаційними принципами кооперації*. Під останніми розуміють певні правила практичного й теоретичного характеру, якими керуються при створенні кооперативу.

Основні з цих правил такі:

- добровільність членства. Кооперативом не може називатися організація, вступ до якої диктується законом, розпорядженням влади, або пов'язаний із насильством тих чи інших осіб. Особи, які вступили в організацію, зберігають за собою право в будь-який час із неї вийти;
- необмежена кількість членів. Комерційне підприємство, ставлячи своїм завданням одержання якомога більшого прибутку, прагне зосередити вигоди об'єднання в руках небагатьох осіб. Кооперація ґрунтується на співробітництві широких мас;
- мирні цілі. Кооперація не може мати цілей, пов'язаних з будь-яким насильством, і використовувати насильницькі методи. Тому зґрая злодіїв, наприклад, не може бути кооперативом;

- матеріальна відповідальність. Вступаючи до кооперативної організації, кожний новий член стає одним з її повноправних господарів і несе за неї відповідальність. Одержуючи від своєї організації певні вигоди, член кооперативу бере на себе зазначений у статуті ризик;
- самоврядування. Управління кооперативом здійснюється не кимось ззовні, а самими його членами, тобто відповідно до принципу самоврядування;
- відмінне від комерційних підприємств значення капіталу. У комерційному підприємстві капітал та його приріст перетворюються у свого роду самоціль, оскільки метою підприємства є нагромадження капіталу та прибутків від нього. У кооперативі збільшення капіталу розглядається лише як засіб для досягнення спільної господарської мети.

Орендне підприємство – це господарська одиниця, яка самостійно здійснює підприємницьку та іншу діяльність на основі строкового платного володіння і користування майном, переданим в оренду орендареві за договором. Оренда як економічна категорія є формою відносин, що виникають між власником, котрий безпосередньо не веде господарської діяльності, та юридично вільним і економічно самостійним суб'єктом – підприємцем, якому власник (орендодавець) на основі договору передає за відповідну орендну плату майно в строкове платне володіння і користування.

Розвиток орендного підприємства визначається умовами договору оренди, серед яких особливе місце займає орендна плата. Вона є економічною формою доходу орендодавця-власника, який він одержує за своє майно, передане у строкове платне володіння, тобто це відшкодування орендодавцеві вартості орендного майна. Другий елемент орендної плати – відсоток від доходу орендаря, оскільки майно береться в оренду з метою одержання доходу.

Найперспективнішою формою оренди, що широко застосовується сьогодні, є лізинг.

Лізинг – це довгострокова оренда машин, устаткування тощо. Вона являє собою, по суті, новий спосіб фінансування й активізації збуту, що ґрунтується на збереженні права власності на товар за орендодавцем.

Механізм цієї форми оренди полягає в тому, що компанія-орендодавець спеціально закупає для конкретного орендаря на його прохання майно у виробника, фінансує його, здійснює технічне обслуговування наданих в оренду засобів праці.

Переваги лізингу пов'язані з тим, що він дає можливість швидко переходити на нову технологічну базу, не потребує значних одноразових затрат, дає змогу звільнитися від обслуговування й зосередити всі зусилля на ефективному використанні нової техніки. Стрімкий розвиток лізингу у країнах із ринковою економікою пояснюється передусім необхідністю активізації інвестиційної та інноваційної діяльності.

Картель – це договірна форма об'єднання суб'єктів господарювання, учасники якої укладають угоду про регулювання обсягів виробництва продукції, надання послуг або виконання робіт, про поділ ринків збуту та джерел сировини, наймання робочої сили, установлення рівня заробітної плати та соціальних гарантій для працюючих, про умови продажу та строки платежів тощо.

Картель є типовою формою монополії, що існує в країнах з ринковою економікою у прихованому вигляді, незважаючи на антимонопольне законодавство. Учасники картелю зберігають господарську, комерційну, виробничу та юридичну самостійність. Картелі найчастіше створюються в межах однієї галузі. Вони можуть бути таких типів: внутрішні, експортні, імпортні, міжнародні.

Внутрішні картелі створюються в межах національного ринку або його частини. До них входять як дрібні, так і великі підприємства.

До складу *експортних картелів* входять національні фірми-експортери.

Імпортні картелі створюються фірмами, що переважно є великими імпортерами товарів, з метою протистояння постачальникам цих товарів.

Міжнародні картелі створюються фірмами кількох країн, які здійснюють імпорт, експорт товарів або те й інше одночасно. Вони можуть орієнтуватися як на глобальний, так і на регіональний ринок.

Унаслідок активної антимонопольної протидії урядів багатьох країн діяльності картелів з'явилися різновиди *картельних союзів* – конвенція, корнер, ринг, джентльменська угода тощо.

Конвенція – один із видів міжнародного договору, згідно з яким устанавлюються взаємні права та обов'язки держави, норми загального характеру. Конвенції можуть укладатися, між фірмами різних країн.

Корнер також є формою прояву монополістичної діяльності. Це угода про скупку товарів або цінних паперів для наступного спекулятивного перепродажу. Обмеження конкуренції всередині корнера дає змогу великим учасникам диктувати свої умови малим фірмам і водночас захищає їх від конкуренції з боку аутсайдерів.

Ринг – угода, метою якої є короткострокова скупка товару або затримка його на складі для підвищення цін та отримання монопольного прибутку.

Рівновага, що встановлюється в картелі, як правило, не буває довгостроковою та міцною. Під впливом конкуренції картелі розпадаються, щоб через деякий час знову виникнути. Загалом це нестійка форма об'єднань. Найчастіше предметом угоди є ціна товару, яка веде до виникнення картельної ціни.

Картельна ціна – це єдина ціна, що фіксується учасниками картельної угоди з метою не допустити з боку окремих її учасників можливого зниження ціни. Картельна ціна може мати вигляд єдиної шкали цін на всю продукцію, яка підлягає картельному регулюванню, якщо продукція фірм

– учасників картелю диференційована. Ця ціна, як правило, вища від ціни, що передувала картельній угоді. Таке встановлення ціни можливе лише на основі спільного регулювання виробництва та збуту продукції.

Стійкість картелів визначається відсутністю конкуренції з боку фірм або інших картелів, які виготовляють замітники даної продукції та здатні переключити на себе частину попиту на продукцію картелю, а також відсутністю сил, що ведуть до підриву картелю зсередини.

Трест – форма об'єднання суб'єктів господарювання, за якої всі підприємства, що об'єднуються, втрачають свою комерційну та виробничу самостійність, підпорядковуються єдиному органу управління. Ця форма об'єднання історично виникла в США у другій половині XIX ст. і набула значного поширення.

Юридично утворення тресту означає передання контролю над раніше незалежними підприємствами у формі контрольного пакета акцій або особливого довірчого сертифіката іншому суб'єкту господарської діяльності – засновнику тресту або групі засновників, так званій довірчій раді. При цьому може досягатися величезна концентрація капіталу, яка дає змогу проводити в межах об'єднаних у трест підприємств єдину економічну та технічну політику.

Трест має деяку незавершеність процесу централізації капіталу. Вона виражається в тому, що загальний прибуток, отриманий трестом, розподіляється відповідно до пайової участі окремих підприємств – учасників тресту. Тобто централізовані фонди капітальних вкладень не створюються. З цього погляду трест є попередником таких форм об'єднання підприємств, як концерн та холдингова компанія.

Синдикат – це об'єднання суб'єктів господарювання, у якому розподіл замовлень на закупівлю сировини та реалізацію виготовленої продукції здійснюється через єдину мережу постачання та збуту. Отже, у синдикаті централізується уся комерційна діяльність учасників, включаючи визначення цін, обсягів поставок тощо. При

цьому юридична та виробнича самостійність підприємств, що входять до синдикату, зберігається, а комерційна – втрачається.

У нашій країні синдикати існували в роки НЕПу. Це були об'єднання промислових трестів з метою централізації оптового збуту продукції, закупівлі сировини та планування торговельних операцій. У 30-ті роки синдикати були ліквідовані, а на їх основі створені промислові та виробничі об'єднання.

Консорціум – об'єднання суб'єктів господарювання різних організаційно-правових форм (підприємств, об'єднань, банків, організацій тощо) на основі тимчасової угоди щодо спільної діяльності з метою здійснення єдиного проекту або проведення великих фінансових операцій. Це одна з форм об'єднання виробничого та банківського капіталів. Консорціуми виникли у фінансово-кредитній сфері як договірні банківські об'єднання (національні й міжнародні). У країнах з розвинутою економікою консорціуми створюються як міжнародні об'єднання суб'єктів господарської діяльності для реалізації великих проектів у будівництві, для освоєння родовищ корисних копалин, розв'язання складних науково-технічних завдань. Учасниками консорціумів можуть бути як приватні, так і державні підприємства й організації. За умов високих темпів розвитку НТП консорціуми можуть створюватися в нових перспективних галузях не лише для об'єднання капіталів, а й для проведення спільних наукових досліджень.

При утворенні консорціумів його учасники повністю зберігають свою самостійність. Але в тій частині спільної діяльності, яка стосується реалізації цілей консорціуму, вони підпорядковані спільно створеному органу управління.

Консорціум є ефективним засобом вирішення великих народногосподарських завдань. Після виконання поставленого завдання консорціуми припиняють свою діяльність або перетворюються в інший вид договірною

об'єднання. За межами консорціуму його учасники залишаються конкурентами.

Концерн – найбільш поширена форма об'єднань, учасники якої (підприємства) мають обмежену самостійність, єдину власність, єдину систему управління та контролю.

Концерн як самостійний суб'єкт господарювання має спеціальний апарат управління (дирекцію), якому підпорядковані всі підприємства, що входять до концерну. Інколи замість дирекції як керівний орган створюється спеціальне товариство — так звана холдинг-компанія, учасники якої володіють контрольним пакетом акцій різних підприємств – членів концерну.

У світовій практиці спочатку в концерни об'єднувались переважно підприємства однієї галузі промисловості, що дістало назву горизонтального комбінування (інтеграції). З середини ХХ ст. утворення концернів стало відбуватися за принципом диверсифікації виробництва, коли один концерн став об'єднувати підприємства різних галузей економіки, наприклад промисловості, транспорту, банківські й страхові компанії тощо.

Концерн, як правило, очолює правління, що вирішує принципові питання діяльності об'єднання та здійснює контроль і стратегічне керівництво. Тактичне та поточне (оперативне) управління виробничо-господарською діяльністю концерну здійснює рада директорів, членами якої здебільшого є наймані менеджери.

Сучасним концернам притаманний інтернаціональний характер діяльності. Прагнучи підвищити конкурентоспроможність своїх товарів, концерни відкривають свої довірчі компанії в інших країнах, здійснюють їх інвестування, створюючи у такий спосіб підприємства з іноземними інвестиціями та іноземні підприємства. Діяльність таких концернів має досить високий рівень спеціалізації та кооперування виробництва, коли деталі одного виробу виготовляються на багатьох підприємствах, які часто перебувають у різних країнах.

Корпорація – об'єднання підприємств, яке створюється з метою захисту їхніх конкретних інтересів. З позиції управлінської практики корпорація розглядається в двох аспектах. По-перше, як союз партнерів, створений для захисту конкретних привілеїв їх учасників, наприклад корпорація студентів, адвокатів. По-друге, під корпорацією розуміють акціонерні компанії. Перші корпорації виникли в США в середині XIX ст. у будівництві залізниць, а на початку XX ст. вони стали головною формою організації великого промислового виробництва.

У корпорацію, як правило, входять промислові підприємства, будівельні та транспортні організації, виробничо-технічні об'єднання, проектно-конструкторські організації, науково-дослідні інститути, різні асоціації, концерни та інші суб'єкти господарювання.

Корпорація – це відкрита організація, вступ до якої та вихід з неї здійснюються на добровільній основі за рішенням органів управління та її власників.

У більшості випадків голова ради директорів обирається на засіданні ради. Залежно від розподілу повноважень та відповідальності головним виконавчим менеджером корпорації може бути або голова ради директорів, або президент. Але голова веде засідання ради директорів і тому володіє більшою реальною владою.

Президент може одночасно бути головою ради директорів, а в період відсутності голови виконувати його обов'язки. Президент призначається радою директорів.

Виконавчий віце-президент часто є другою особою в корпорації. Він виконує обов'язки головного оперативного менеджера. Віце-президенти відповідають за конкретні галузі виробничо-господарської діяльності: фінанси, виробництво, маркетинг, трудові ресурси, НДДКР, відносини з громадськістю, правові питання тощо.

Корпорація не є універсальною формою організації виробництва. Найбільшою мірою вона пристосована до великого виробництва. Низка недоліків, зокрема труднощі в

регулюванні правової діяльності, статутні обмеження, подвійне оподаткування, коли податки сплачує акціонер і корпорація, значні витрати на управління, складність із поверненням вкладеного капіталу, роблять їх непридатними для малого бізнесу.

Холдинг – це компанія-власник, статутний капітал якої утворюють контрольні пакети акцій підприємств, що входять до неї. Ці підприємства називаються дочірніми. На відміну від інших об'єднань, наприклад тресту, формування холдинг-компанії відбувається ринковим шляхом. Для цього компанія скуповує акції інших підприємств і на цій основі створює свій статутний акціонерний капітал.

Розрізняють два *типи* холдингів.

Чистий холдинг створюється для фінансового контролю та управління дочірніми підприємствами. Метою *змішаного холдингу* є відповідна статутна підприємницька діяльність – промислова, торговельна, транспортна, кредитно-фінансова тощо.

Добре організований холдинг дає змогу проводити узгоджену єдину для всіх його учасників науково-технічну й економічну політику, надаючи дочірнім підприємствам широку самостійність у виробничо-господарській діяльності. При цьому дочірні підприємства особисто несуть відповідальність за результати своєї діяльності за усіма напрямками.

Важливим тут є те, що головна компанія в змішаному холдингу навіть якщо не володіє контрольним пакетом акцій, все ж таки може істотно впливати на роботу дочірніх підприємств через установлення цін, тарифів на їх продукцію та послуги, а також використовуючи різноманітні економічні та адміністративні важелі. Через ці та інші причини дивіденди у головній компанії можуть бути вищими, ніж на підприємствах, що входять до холдингу.

Холдинг-компанія як одна з форм монополістичних об'єднань, має законодавче встановлену процедуру та ряд обмежень при створенні. Зокрема, вона може бути

організована при реструктуризації (перетворенні) великих підприємств шляхом виокремлення з їх складу підрозділів як самостійних юридичних осіб (дочірніх підприємств), при об'єднанні пакетів акцій юридичне самостійних підприємств, а також при утворенні нових акціонерних товариств.

Офшорні компанії створюються в так званих офшорних зонах. Ці зони деякі держави виділяють з метою залучення іноземних інвестицій та формування сприятливого підприємницького клімату. Для цього компаніям, які створюються в офшорних зонах, уряди цих країн надають ряд пільг, наприклад податкових, право ведення спрощеного бухгалтерського обліку та звітності тощо. Такі компанії практично мають необмежену свободу в розпорядженні заробленими коштами. Вони можуть здійснювати будь-які торговельні та фінансові операції по всьому світі без обмежень. До них застосовується спрощений митний режим та зведений до мінімуму режим реєстрації.

Успіх підприємництва в офшорних зонах залежить від таких чинників:

- характеру пільг та привілеїв, які надаються;
- стабільності політичного стану в країні;
- рівня економічного розвитку регіону, у якому створюється або купується офшорна компанія;
- можливості безперешкодного бізнесу в країні та виїзду з неї;
- близькості зони до місця постійного проживання підприємця;
- рівня розвитку інфраструктури та комунікацій, що дає змогу забезпечити за короткий термін комерційні цілі;
- рівня правової захищеності підприємництва;
- можливості отримання достовірної інформації про їх фінансовий стан.

Пільги, які надає уряд країни компаніям, які створюються в офшорних зонах:

- низький рівень податкових ставок та спрощена схема їх нарахування і сплати;
- можливість укладення торговельних контрактів на пільгових умовах;
- прості процедури трансферту вимог при здійсненні торговельних операцій;
- спрощений порядок списання витрат, пов'язаних з укладанням угод;
- анонімність власників, що значно спрощує видачу різних дозволів та ліцензій;
- надання ексклюзивних прав, що передбачають пільговий порядок продажу продукції як у країні, де функціонує офшорна компанія, так і в інших країнах.

З країн, які реєструють офшорні компанії, можна назвати: Ліберію, Ліхтенштейн, Панаму, Гонконг, Швейцарію, Ірландію та ін. Ці компанії тут або взагалі не оподатковуються, наприклад у Ліберії чи Ірландії, або оподатковуються невеликим паушальним податком, як у Ліхтенштейні, Панамі, на Антильських островах. Паушальний податок – це загальна сума податку без диференціації його на складові частини. У деяких країнах податки офшорної компанії мають таку саму структуру, як і у звичайних фірм, але ставки податків значно зменшені, наприклад у Швейцарії.

Офшорні компанії можуть мати найрізноманітніші структуру та статутні види діяльності. Так, вони можуть бути представлені власниками вкладів і рахунків у банках, комерційними організаціями, інкасаторськими фірмами для збору роялті, відсоткових відрахувань та комісійних винагород, компаніями з торгівлі нерухомістю, фінансово-кредитними організаціями, інвестиційними інноваціями тощо.

Роялті – це плата, яка періодично вноситься покупцем «ноу-хау» (ліцензіатом) продавцеві «ноу-хау» (ліцензіару) за користування предметом ліцензійної угоди. Часто офшорні

компанії здійснюють виробничу діяльність, транспортні перевезення. Відомо, що значна частка морських перевезень припадає на компанії, які працюють під прапором Ліберії.

Фінансово-промислові групи (ФПГ) є прототипами транснаціональних компаній типу IBM, які розпочали активно формуватися наприкінці XIX ст. з метою злиття промислового та банківського капіталу. ФПГ – це група взаємозв’язаних за капіталом підприємств, до складу якої входять спеціалізовані фінансові інституції. Такі групи створюються для вирішення загальних завдань, а саме:

- підвищення конкурентоспроможності та ефективності виробництва;
- формування раціональних виробничих і коопераційних зв’язків;
- збільшення експортного потенціалу;
- прискорення НТП за рахунок об’єднання капіталів.

Конкурентні переваги у ФПГ досягаються завдяки перехресному інвестуванню, заповненню прогалін у виробничому ланцюгу; зниженню ризику; доступу до технологій, ринків, ресурсів; спільній діяльності (збут, маркетинг тощо).

ФПГ є високоефективною формою об’єднання підприємств у період перехідної економіки.

Однією з форм відносин між великим та малим бізнесом, особливо у сфері торгівлі та послуг, є система франчайзних договірних відносин.

Франчайзна організація являє собою змішану форму об’єднань підприємств великого та малого підприємництва, що ґрунтується на франчайзі.

Франчайза – це угода між великою корпорацією та мережею дрібних фірм або підприємців, згідно з якою франчайзер (як правило, велика компанія) бере зобов’язання постачати дрібним фірмам або підприємцям, котрі діють у межах визначеної території, свої товари, надавати послуги у сфері ведення бізнесу тощо. За це дрібна фірма або

підприємець (франчайзі) бере зобов'язання надати франчайзеру послуги у сфері реалізації його товарів, менеджменту, маркетингу з урахуванням місцевих умов, а також інвестувати в цю компанію частину свого капіталу.

Важливою умовою угоди є зобов'язання дрібної фірми або підприємця (франчайзі) мати ділові стосунки лише з компанією-франчайзером, а також вести бізнес за його технологією.

Прикладом франчайзного об'єднання, яке активно поширюється на українському ринку продовольчих товарів, є класична договірна форма співробітництва фірми «Макдональдс» з мережею дрібних ресторанів швидкого харчування.

В останні роки на Заході з'явилися нові типи господарських об'єднань, зокрема *стратегічні альянси*.

Стратегічні альянси утворюються для зменшення конкурентного ризику та розвитку відносин довіри між потенційними конкурентами.

Однією з форм стратегічного альянсу є *віртуальна корпорація*. Це – група функціонуючих спільно протягом відповідного часу компаній, котрі об'єднали свої зусилля з метою ефективного використання сприятливої ситуації.

Компанії розпадаються, коли необхідність в альянсі відпадає. У віртуальній корпорації підприємства можуть «колективізувати» свої витрати, кваліфіковані кадри, доступ на світовий ринок. Причому кожен партнер віддає краще, що у нього є. Особливості такого об'єднання: гнучкість, довіра, без кордонів, використання електронних технологій тощо.

3.3 Головні види та напрями діяльності підприємств

У практиці господарювання кожне підприємство здійснює багато конкретних видів діяльності, які за ознакою спорідненості можна об'єднати в окремі *головні напрямки*. Визначальним напрямком діяльності кожного підприємства в умовах ринкових відносин є вивчення ринку товарів –

маркетингова діяльність, яка повинна передбачати комплексне дослідження ринку, рівня конкурентоспроможності і цін на продукцію, інших вимог покупців і каналів товарообігу, зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства.

Результати вивчення ринку товарів слугують вихідною базою для обслуговування конкретних шляхів удосконалення і розвитку *інноваційної діяльності* на перспективний період. Інноваційна діяльність охоплює науково-технічні розробки, технологічну і конструкторську діяльність виробництва, впровадження технічних, організаційних та інших нововведень, формування інвестиційної політики на найближчі роки, визначення обсягу необхідних інвестицій тощо.

Наступним найбільш складним напрямком за обсягом і вирішенням організаційно-технічних завдань є *виробнича діяльність підприємства*: обґрунтування обсягу виготовлення продукції певної номенклатури і асортименту відповідно до потреб ринку; формування маркетингових програм для окремих ринків і кожного виду продукції, їх оптимізація відносно виробничих можливостей підприємства; збалансування виробничої потужності і програми випуску продукції на поточний і кожний наступний рік прогнозного періоду; забезпечення виробництва необхідними матеріально-технічними ресурсами; розробка і дотримання узгоджених у часі оперативно-календарних графіків випуску продукції.

Ефективність інноваційно-виробничих процесів, постійно здійснюваних на кожному підприємстві визначається рівнем його *комерційної діяльності*, значущість якої в умовах ринку зростає. Це очевидно, оскільки від масштабів і якості саме цього напрямку діяльності підприємства найбільшою мірою залежить фінансова результативність виробництва, яку найповніше характеризує величина одержуваного прибутку. Необхідною умовою досягнення бажаного успіху комерційної діяльності є дійова

реклама і безпосередня організація збуту своєї продукції, розвиток системи товарних бірж, повне стимулювання покупців.

Ще одним важливим напрямком діяльності підприємства слід вважати *післяпродажний сервіс* багатьох видів товарів: машин і устаткування, автомобілів, комп'ютерної, розмножувальної, медичної, складової побутової техніки. Післяпродажний сервіс охоплює пусконаладжувальні роботи у сфері експлуатації (використання) куплених на ринку товарів, їх гарантійне технічне обслуговування певного терміну, забезпечення необхідними запасними частинами і проведення ремонтів впродовж нормативного строку служби тощо. Він є найважливішим джерелом інформації для продуцентів щодо надійності та довговічності виготовлених технічних засобів.

Економічна діяльність підприємства включає: стратегічне і поточне планування, облік і звітність, ціноутворення, систему оплати праці, ресурсне забезпечення виробництва, зовнішньоекономічну і фінансову діяльність тощо. Цей напрямок пронизує усі інші напрямки діяльності, є визначальним для оцінки і регулювання всіх елементів в системі господарювання на підприємстві.

Соціальна діяльність підприємства направлена на створення нормальних умов праці і життя працівників: будівництво і утримання житла, дитсадків, спортивних комплексів, баз відпочинку і поліпшення умов праці.

Перераховані види діяльності підприємства відносяться до *основної (виробничої) діяльності* – пов'язаної з виробництвом і реалізацією продукції, що є головною метою створення підприємства і забезпечує основну частину його доходу.

Під *звичайною діяльністю* мають на увазі будь-яку діяльність підприємства, а також операції, які її забезпечують або виникають внаслідок здійснення такої діяльності.

До *надзвичайної діяльності* відносять такі операції або події, які відрізняються від звичайної діяльності, не

відбуваються часто або регулярно та не передбачаються підприємцем. Це – стихійні лиха, пожежі, техногенні аварії, експропріація приватної власності державою тощо.

Одні й ті ж події можуть бути надзвичайними для одного підприємства і звичайними для іншого.

Звичайна діяльність, у свою чергу, поділяється на операційну та іншу (фінансову й інвестиційну).

Операційна діяльність – це основна діяльність підприємства, а також інші види діяльності, що не є інвестиційною або фінансовою діяльністю.

Інша операційна діяльність включає реалізацію виробничих запасів, оперативну оренду активів тощо.

Підприємницька діяльність може здійснюватись лише за умови державної реєстрації суб'єктів господарювання.

Держава здійснює регулювання окремих видів підприємництва шляхом ліцензування та обмеження окремих видів підприємницької діяльності для певних організаційних форм господарювання.



ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Фактори, що впливають на формування організаційно-правових форм підприємств.
2. Розширена класифікація організаційно-правових форм суб'єктів господарської діяльності.
3. Повна характеристика такої організаційної форми ведення господарської діяльності, як товариства. Вид товариства, що має найширше застосування.
4. Порівняльний аналіз визначених українським законодавством основних видів товариств.
5. Найпривабливіша для ведення господарської діяльності організаційно-правова форма.

6. Економічні причини створення (виникнення) різних форм об'єднань.
7. Переваги та недоліки корпорації порівняно з концерном.
8. Головні ознаки класифікації суб'єктів підприємницької діяльності.
9. Виробничо-технічна, організаційна та економічна єдність підприємства як суб'єкта господарювання.
10. Характеристика індивідуального підприємництва: його сутність, переваги та недоліки.
11. Економічні причини виникнення товариств.
12. Причини виникнення та особливості орендних підприємств.
13. Причини виникнення картельних об'єднань. Характеристика їх типи.
14. Сутність синдикату як об'єднання суб'єктів господарювання.
15. Види та напрями діяльності підприємств.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Організаційні форми кооперації.
2. Світовий досвід кооперації в сільському господарстві.
3. Особливості функціонування селянських фермерських господарств.
4. Державне регулювання підприємницької діяльності.
5. Розвиток організаційно-економічних форм об'єднань підприємств в Україні.
6. Розвиток фінансово-промислових груп в Україні.
7. Особливості функціонування холдингових компаній в Україні.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Підприємство вважається створеним і набуває прав юридичної особи:
 - а) з дня його державної реєстрації;
 - б) з дня затвердження статуту;
 - в) з моменту реєстрації заяви про створення підприємства;
 - г) з моменту усної домовленості між партнерами.
2. В державних підприємствах статут затверджується:
 - а) власником майна за участю трудового колективу;
 - б) власником майна;
 - в) виборчим органом трудового колективу;
 - г) державними органами.
3. Статут підприємства – це:
 - а) комплекс обов'язкових правил, що регулюють його взаємовідносини з іншими суб'єктами господарювання, а також індивідуальну діяльність;
 - б) комплекс обов'язкових правил, що регулюють його індивідуальну діяльність;
 - в) комплекс обов'язкових правил, що регулюють його взаємовідносини з трудовим колективом;
 - г) комплекс обов'язкових правил, що регулюють його взаємовідносини з державою.
4. Угода між трудовим колективом в особі профспілки та адміністрацією або власником, яка щорічно переглядається і регулює їх виробничі, економічні і трудові відносини – це договір:
 - а) колективний;
 - б) трудовий;
 - в) комерційний;
 - г) сумісний.
5. Втрата гнучкості, ускладнення організаційної структури, можливість втрати торгової марки є недоліками :
 - а) об'єднань підприємств;
 - б) корпорації;
 - в) товариств;
 - г) одноосібного володіння.

6. Підприємство, яке засноване на власності та праці громадян України – членів однієї сім'ї – це:
- а) сімейне;
 - б) індивідуальне;
 - в) приватне;
 - г) комунальне.
7. Підприємство, засноване на власності окремого громадянина України, з правом найму робочої сили – це:
- а) приватне;
 - б) індивідуальне;
 - в) сімейне;
 - г) кооперативне.
8. Відокремлений структурний підрозділ, який не користується юридичною і господарською самостійністю, не має власного статуту та балансу, діє від імені і за дорученням головного підприємства, має однакову з ним назву – це:
- а) філія;
 - б) представництво;
 - в) дочірнє підприємство;
 - г) всі відповіді вірні.
9. Для формування статутного фонду господарських товариств можна використовувати кошти:
- а) грошові кошти, нерухомість, готова продукція, ціні папери;
 - б) одержані в кредит під заставу;
 - в) бюджетні кошти;
 - г) всі відповіді вірні.
10. Товариство, що має статутний фонд, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами, а відповідальність за зобов'язаннями товариства учасники несуть усім своїм майном – це:
- а) повне товариство;
 - б) акціонерне товариство;
 - в) товариство з обмеженою відповідальністю;
 - г) товариство з додатковою відповідальністю.

11. Товариство, що має статутний фонд, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами, а відповідальність за зобов'язаннями товариства учасники несуть в межах їхніх вкладів – це:
- а) товариство з обмеженою відповідальністю;
 - б) акціонерне товариство,
 - в) повне товариство;
 - г) товариство з додатковою відповідальністю.
12. Товариство, що має статутний фонд, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами, а відповідальність за зобов'язаннями товариства учасники несуть в межах їхніх вкладів та додатково належним їм майном в однаковому розмірі – це:
- а) товариство з додатковою відповідальністю;
 - б) акціонерне товариство,
 - в) товариство з обмеженою відповідальністю;
 - г) повне товариство.
13. Комерційна діяльність підприємства відображає:
- а) ефективність інноваційно-виробничих процесів, результативність виробництва та рівень одержуваного прибутку;
 - б) формування маркетингових програм, збалансування виробничої потужності, забезпечення виробництва матеріально-технічними ресурсами;
 - в) науково-технічну розробки, технологічну і конструкторську підготовку виробництва;
 - г) обґрунтування обсягу виготовлення продукції певної номенклатури та асортименту відповідно до потреб ринку.
14. Економічна діяльність підприємства включає:
- а) стратегічне і поточне планування, облік і звітність, ціноутворення;
 - б) систему оплати праці, ресурсне забезпечення виробництва;
 - в) зовнішньоекономічну і фінансову діяльність;
 - г) всі відповіді вірні.
15. Обґрунтування обсягу виготовлення продукції, формування маркетингових програм, збалансування

виробничої потужності, забезпечення виробництва необхідними матеріально-технічними ресурсами охоплює діяльність:

- а) виробнича;
- б) інноваційна;
- в) комерційна;
- г) економічна.

16. Договірні об'єднання господарюючих суб'єктів на основі інтеграції їх науково-технічних, виробничих та комерційних інтересів, з делегуванням окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників – це:

- а) корпорація;
- б) асоціація;
- в) концерн;
- г) трест.

17. Специфічна організаційна форма об'єднання капіталів; інтегроване товариство, яка не займається виробничою діяльністю, а використовує свої фінансові кошти для придбання контрольних пакетів акцій інших підприємств – це:

- а) холдинг;
- б) трест;
- в) картель;
- г) концерн.

18. Документ державного зразка, який засвідчує право суб'єкта господарювання на впровадження зазначеного в ньому виду господарської діяльності протягом визначеного строку за умови виконання ліцензійних умов – це:

- а) ліцензія;
- б) патент;
- в) сертифікат;
- г) всі відповіді вірні.

ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ГОСПОДАРЮВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

- 4.1 Вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємств.
- 4.2 Макросередовище функціонування та його основні чинники.
- 4.3 Ринкове середовища господарювання підприємств.

Ключові терміни

- підприємство
- зовнішні чинники
- мікросередовище
- макросередовище
- ринок

4.1 Вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємств

Результати діяльності підприємства значною мірою визначаються його зовнішнім середовищем. Підприємства стежать за зовнішньою обстановкою з метою виявити та використати її сприятливі можливості для досягнення поставленої мети, уникнути при цьому загрози перешкод. Підприємство, як відкрита система, залежить від зовнішнього середовища стосовно поставок ресурсів, енергії, кадрів, а також споживачів.

Зовнішнє середовище – це сукупність господарських суб'єктів, економічних, суспільних і природних умов, національних та міждержавних умов і чинників, що діють у глобальному оточенні.

Зовнішнє середовище є складним, мінливим, взаємозалежним і, як правило, невизначеним:

- *Складність* – велика кількість факторів, на які організація мусить реагувати, а також рівень варіативності кожного з них. Складнішою є робота тієї організації, на яку впливає більше факторів.
- *Мінливість* – швидкість зміни оточення організації. У деяких з них зовнішнє середовище дуже рухливе (комп'ютерні технології, електронна, хімічна, фармацевтична промисловість, біотехнології). Менш рухливе воно у підприємств харчової, деревообробної промисловості тощо. Крім того, в межах одного підприємства більш рухливим є середовище для одних підрозділів, зокрема, науково-дослідних, маркетингових відділів, і менш рухливим – для інших, наприклад, виробничих.
- *Взаємозалежність факторів* (зміна одного фактора спричиняє зміни інших). Наприклад, зростання цін на енергоносії зумовлює стрибок цін на всі види продукції, а особливо ті, при виробництві яких є велика частка енергозатрат. Це може призвести до ослаблення конкурентних позицій фірм, які виготовляють цю продукцію. Водночас таке становище змушує виробників шукати енергозберігаючі технології.
- *Невизначеність* – необмежена кількість інформації про зовнішнє середовище і ймовірність її недостовірності. Організації, прагнучи знизити рівень невизначеності зовнішнього середовища, можуть застосовувати дві стратегії – пристосуватись до змін або впливати на середовище з метою зробити його сприятливішим для свого функціонування. Перша стратегія реалізується через створення гнучких організаційних структур із високим рівнем децентралізації влади. Керівники таких організацій повинні вміло використовувати сучасний інструментарій для прогнозування змін, володіти ринковою інтуїцією. Друга стратегія, як правило, доступна лише великим фірмам або

таким, які об'єднуються з метою розширення своїх можливостей. Для впливу на зовнішнє середовище вони можуть використовувати потужну рекламу та засоби PR, політичну діяльність для лобіювання своїх інтересів, входження у торговельні асоціації. Вразливість малого бізнесу зумовлена саме тим, що серед підприємців-початківців мало хто досконало володіє мистецтвом передбачувати зміни у зовнішньому середовищі, а змінювати його на свою користь їм не під силу.

Динамічність зовнішнього середовища, його видозмінюваність, відсутність необхідного обсягу достовірної інформації перешкоджають урахуванню всіх можливих наслідків впливу на діяльність підприємства. Зважаючи на це, керівники підприємств мають обмежувати спектр зовнішніх чинників, віддавати перевагу тим, які найістотніше впливають на результати діяльності.

Всі способи класифікації зовнішніх факторів, які мають вплив на діяльність підприємства, можна умовно поділити на два типи.

Ряд авторів, до яких належать М. Мескон та К. Боумен, виділяють фактори зовнішнього середовища, що мають вплив на підприємство на мікро- та макрорівні, розрізняючи, *мікрота макросередовище впливу* (1-й тип класифікації чинників зовнішнього середовища). М. Мескон виділяє в зовнішньому оточенні підприємства середовище *прямого* та *непрямого впливу*. Середовище *прямого* впливу містить фактори, які безпосередньо впливають на операції підприємства. Під середовищем *непрямого* впливу розуміються фактори, які можуть не мати прямого негайного впливу на операції.

Модель факторів зовнішнього середовища, запропонована К. Боуменом, на нашу думку, являє собою розвиток п'яти конкурентних сил, визначених М. Портером. Таким чином, три фактори зовнішнього середовища (постачальники, споживачі, конкуренти) з п'яти на мікрорівні (середовище прямого впливу) відображають вплив на підприємство з боку сил конкуренції.

Такі спеціалісти зі стратегічного управління, як Д. Деніелс, Л. Радеба, А. Стрікленд, А. Томпсон, Р.А. Фатхутдінов, вважають, що вплив факторів зовнішнього середовища на підприємство та окремі види його діяльності має *однорівневий* характер (2-й тип класифікації чинників зовнішнього середовища). Дж.Д. Деніелс та Лі Х. Радеба виділяють географічні, історичні, політичні, правові, економічні та культурні фактори зовнішнього середовища.

А. Томпсон та А. Стрікленд виділяють такі фактори зовнішнього середовища: соціальні, політичні, громадські норми; привабливість галузі та рівень конкуренції, можливості та загрози діяльності підприємства.

Ми поділяємо точку зору, згідно з якою виділяють два рівні зовнішніх факторів: фактори прямого впливу (мікросередовища) та фактори непрямого впливу (макросередовища), оскільки вважаємо, що таке розмежування факторів зовнішнього середовища дає змогу проводити більш ретельний аналіз для визначення загроз та можливостей підприємства в ринковому середовищі та сприяє підвищенню його конкурентоспроможності.

Макросередовище складається з елементів, які не знаходяться у зв'язку з підприємством постійно, але впливають на формування загальної атмосфери бізнесу. Це середовище непрямих контактів підприємства. До його елементів належать:

- економічне середовище; політичне середовище;
- соціальне середовище;
- природне середовище;
- технологічне середовище;
- екологічне середовище та ін.

Мікросередовище – це середовище, елементи якого прямо і постійно впливають на діяльність підприємства. До елементів мікросередовища відносяться:

- постачальники;
- посередники;

- споживачі;
- конкуренти;
- робоча сила;
- державні органи.

Постачальники матеріалів, комплектуючих виробів, енергетичних та інформаційних ресурсів, фінансів тощо, якщо вони володіють великою конкурентною силою, можуть поставити підприємство у велику залежність від себе. Тому при виборі постачальників важливо глибоко та всебічно вивчати їх діяльність та потенціал, для того щоб зуміти побудувати такі відносини з ними, які забезпечили б підприємству максимум сили у взаємодії з постачальниками. Конкурентна сила постачальників залежить від таких факторів:

- рівень спеціалізованості постачальників;
- величина вартості для постачальника переключення на інших клієнтів;
- ступінь спеціалізованості покупця в купівлі певних ресурсів;
- концентрація постачальників на роботі з конкретними клієнтами;
- важливість для постачальника обсягу виробництва.

На стадії поза межами безпосереднього виробництва важливими суб'єктами мікросередовища є *посередники*, тобто ті організації або окремі фізичні особи, які допомагають виробникам в реалізації їх товарів на відповідних ринках. До них відносяться торгові посередники, фірми-спеціалісти з організації товарообігу (включаючи транспортні підприємства, складську мережу), агентства з надання маркетингових послуг (спеціальних досліджень, консалтингових послуг, реклами тощо), а також кредитно-фінансові установи комерційної спрямованості (комерційні банки, страхові компанії).

Вивчення *споживачів* дозволяє підприємству краще зрозуміти, який продукт буде прийматися покупцями

найбільше, на який обсяг продажу може розраховувати підприємство, наскільки можна розширити коло потенційних покупців, що чекає продукт у майбутньому тощо.

Вивчення споживача як елемента мікросередовища підприємства в першу чергу має своєю метою складання профілю тих, хто купує продукт, який реалізує підприємство. Профіль покупця може бути складений за такими характеристиками:

- географічне місцезнаходження;
- демографічні характеристики (вік, освіта, сфера діяльності тощо);
- соціально-психологічні характеристики (становище у суспільстві, стиль поведінки, смаки, звички тощо);
- ставлення споживача до продукту (чому він купує даний продукт, чи користується він сам продуктом, як оцінює продукт та ін.).

Підприємству доводиться боротися за споживача та ресурси з *конкурентами*. Конкурентне середовище формується не тільки внутрішньогалузевими конкурентами, які виробляють аналогічну продукцію та реалізують її на тому ж ринку. Суб'єктами конкурентного середовища є фірми, які можуть увійти на ринок, а також ті, які виробляють товари-субститути.

Багато підприємств не приділяють необхідної уваги можливій загрозі з боку нових фірм і тому програють у конкурентній боротьбі саме їм. Про це дуже важливо пам'ятати та завчасно створювати бар'єри на шляху входження на ринок нових виробників. Такими бар'єрами можуть бути глибока спеціалізація у виробництві продукту, зниження витрат, контроль над каналами збуту продукції тощо.

Аналіз ринку *робочої сили* спрямований на те, щоб виявити його потенційні можливості в забезпеченні підприємства кадрами, необхідними для вирішення ним своїх завдань. Підприємство повинне вивчати ринок робочої сили

як з точки зору наявності на цьому ринку кадрів необхідної спеціальності та кваліфікації, необхідного рівня освіти, необхідного віку, статі і т. п., так і з точки зору вартості робочої сили.

Серед найбільш вагомих факторів мікросередовища особливе місце належить факторам регулюючого впливу *державних законодавчих органів*, різних державних установ, які наглядають за дотриманням законів і видають необхідні нормативні акти, місцевих адміністративних органів, а також профспілок та інших громадських організацій та об'єднань.

4.2 Макросередовище функціонування та його основні чинники

Макросередовище створює загальні умови знаходження підприємства у зовнішньому середовищі. У більшості випадків макросередовище не має специфічного характеру, застосованого до будь-якого окремо взятого підприємства. Хоча ступінь впливу стану макросередовища на різні підприємства різна, що пов'язано з відмінностями як у сфері діяльності, так і з внутрішнім потенціалом підприємства.

У досить складному макросередовищі, що оточує підприємство, діє значно більша кількість чинників, ніж у мікросередовищі. Цим чинникам властивий високий рівень варіантності, невизначеності та непередбачуваності можливих наслідків. Отже, до основних чинників макросередовища належать економічні, політичні, соціальні, технологічні та екологічні.

Вивчення *економічного чинника* макросередовища дозволяє зрозуміти, як формуються та розподіляються ресурси. До основних чинників економічного середовища, які потребують постійної діагностики і оцінки з точки зору можливих для підприємства наслідків від їх зміни, належать: рівень та темпи інфляції, коливання курсу національної валюти відносно валют інших держав, умови одержання кредиту і процентна банківська ставка тощо.

Різні *чинники законодавчого і державного характеру* можуть впливати на рівень існуючих можливостей і загроз у діяльності підприємства. Національні і іноземні уряди можуть бути для певних підприємств основними регуляторами їх діяльності, джерелами субсидій, роботодавцями і покупцями. Це може означати, що для даних організацій оцінка політичної обстановки може бути найважливішим аспектом аналізу макросередовища.

Така оцінка здійснюється через деталізацію *політичних чинників*, що впливають на організацію. Таких чинників багато, ще більше їх різних поєднань, тому виділимо і перерахуємо ті, що частіше трапляються при проведенні аналізу макросередовища:

- зміни в податковому законодавстві;
- розстановка політичних сил;
- відносини між діловими колами і урядом;
- патентне законодавство;
- законодавство про охорону навколишнього середовища;
- урядові витрати;
- антимонопольне законодавство;
- грошово-кредитна політика;
- державне регулювання;
- політичні умови в іноземних державах;
- розміри державних бюджетів;
- відносини уряду з іноземними державами.

Деякі з цих чинників впливають на всі підприємства, наприклад, зміни в податковому законодавстві. Інші – тільки на невелику кількість суб'єктів, діючих на ринку, наприклад, антимонопольне законодавство. Треті – істотні, насамперед, для політичних організацій, наприклад, розстановка політичних сил або результати виборів. Проте в тій чи іншій мірі, прямо або опосередковано, політичні чинники впливають на всі організації.

Соціальні чинники формують стиль життя, роботи, споживання і спричиняють значну дію практично на всі

підприємства. Нові тенденції створюють тип споживача і, відповідно, викликають потребу в інших товарах і послугах, визначаючи нові стратегії організації.

Можна перерахувати основні соціальні чинники, з якими організації стикаються найчастіше:

- народжуваність;
- смертність;
- коефіцієнти інтенсивності імміграції і еміграції;
- коефіцієнт середньої тривалості життя;
- дохід;
- стиль життя;
- освітні стандарти;
- купівельні звички;
- відношення до праці;
- відношення до відпочинку;
- відношення до якості товарів і послуг;
- економія енергії;
- відношення до уряду;
- проблеми міжетнічних відносин;
- соціальна відповідальність;
- соціальний добробут.

Вплив *технологічних чинників* на організації часто настільки очевидний, що їх вважають основним двигуном виробничого прогресу. Революційні технологічні зміни і відкриття останніх десятиріч, наприклад, виробництво за допомогою роботів, проникнення в повсякденне життя людини комп'ютерів, нові види зв'язку, транспорту, зброї і багато чого іншого, представляють великі можливості і серйозні загрози, дію яких виробники повинні усвідомлювати й оцінювати. Деякі відкриття можуть створювати нові галузі промисловості і закривати старі.

Дію технологічних чинників можна оцінювати як процес творення нового і руйнування старого. Прискорення технологічних змін скорочує середню тривалість життєвого циклу продукту, тому організації повинні передбачати, які зміни несуть із собою нові технології. Ці зміни можуть

впливати не тільки на виробництво, а й на інші функціональні сфери, наприклад, на кадри (підбір і підготовка персоналу для роботи з новими технологіями або проблема звільнення надмірної робочої сили, що вивільняється унаслідок упровадження нових, більш продуктивних технологічних процесів) або, наприклад, на маркетингові служби, перед якими ставиться завдання розробки методів продажу нових видів продукції.

До основних *екологічних чинників* відносяться:

- обсяги викидів у середовище забруднювальних та отруйних речовин, рівень фізичного (електромагнітного, радіаційного, теплового) впливу на середовище;
- надійність і соціально-екологічна безпека виробничих систем, великих техногенних утворень – гідротехнічних споруд, газо-, нафтопроводів, тунелів тощо;
- кількість і якість продукції, що виробляється, її безпечність і утилізаційна придатність;
- стан природного середовища, в якому знаходиться підприємство, до і після реалізації запланованої стратегії розвитку і розміри можливих незворотних негативних наслідків.

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

Діагноз стартових умов діяльності підприємства можна здійснити на підставі одного із загальноприйнятих інструментів комплексного аналізу, яким є SWOT-аналіз. Він є найпоширеною та розвинутою технікою стратегічного аналізу, що використовується у світовій практиці.

Абревіатура «SWOT» складена з перших букв англійських слів: сила, слабкість, можливості та загрози.

Першим кроком SWOT-аналізу є вивчення зовнішнього середовища та визначення в ньому можливостей і загроз для підприємства. Керівники, оцінюючи зовнішнє середовище, мають:

–оцінити зміни, які впливають на різні аспекти поточної стратегії;

–визначити, які фактори становлять загрозу для поточної стратегії підприємства. Контроль за діяльністю конкурентів дає змогу керівництву бути готовим до потенційних загроз;

–визначити, які фактори дають більші можливості для досягнення загальних цілей шляхом коригування плану.

З точки зору оцінки загроз та можливостей, роль аналізу зовнішнього середовища полягає, по суті, у відповіді на три запитання:

- Де зараз перебуває організація?
- Де, на думку керівництва, вона повинна знаходитися у майбутньому?
- Що необхідно зробити, щоб підприємство перейшло із становища, в якому знаходиться зараз, в те, в якому бажає його бачити керівництво?

4.3 Ринкове середовище господарювання підприємств

Ринок – це сукупність відносин між продавцями і покупцями, які обмінюються продукцією спеціалізованої діяльності.

Передумовою виникнення подібного типу відносин є:

- розподіл праці або економічна спеціалізація, внаслідок чого кожний концентрує свої зусилля на створенні якогось одного виду продукту або його частини і тому має потребу в продукції виготовленій іншими;

- забезпечення прав власності на продукцію, тобто переважаючої можливості володіти, використовувати і розпоряджатися нею.

У широкому економічному розумінні ринок – це механізм формування і руху відтворювальних зв'язків, який ґрунтується на товарно-грошових відносинах і конкуренції самостійних суб'єктів господарювання. У такому розумінні він виступає як економічна система країни. Виходячи з цього, ринок є системною сукупністю економічних відносин, які будуються на ґрунті ринкових законів і принципів.

У вузькому значенні ринок – це:

- сукупність актів купівлі-продажу товарів (послуг);
- сукупність дійсних або потенційних продавців і покупців продуктів (послуг);
- місце, де здійснюються угоди між покупцями і продавцями конкретного товару (послуги);
- сфера обороту товару (взаємозамінних товарів), на який протягом певного часу і в межах певної території існує попит і пропозиція.

Ринок виконує низку соціально-економічних функцій:

- він є ланкою, яка поєднує виробництво і споживання через механізм прямих і зворотних зв'язків. Інструменти ринку (ціни, динаміка і співвідношення попиту та пропозиції, відсоткові ставки, валютний курс, курс цінних паперів тощо) слугують важливим джерелом економічної інформації, відображають ситуацію в різних галузях і сферах господарської діяльності і водночас активно впливають на зміни цієї ситуації, формування основних економічних пропорцій країни;

- виявляє суспільну корисність тих чи інших товарів та послуг, дозволяє реально оцінити їхню вартість, визначити, якою мірою витрати виробництва кожного товаровиробника корегують із суспільно необхідними витратами;

- ринкова конкуренція слугує ефективним інструментом регулювання обсягів виробництва, дозволяє

точно визначити лідерів і аутсайдерів серед господарюючих суб'єктів, забезпечує споживачеві можливість вибору, примушує підприємства використовувати науково-технічні новації, поліпшувати якість товарів та послуг.

Економіка сучасних вітчизняних підприємств має ряд особливостей, які пов'язані з неузгодженістю рішень на державному рівні, нестабільністю законодавчої бази, високим рівнем податків, «втечею» кваліфікованих кадрів. Такі негативні моменти спричинюють низький рівень іноземного інвестування в економіку України, обертання значної маси грошових коштів поза банками, «перелив» капіталів зі сфери виробництва у сферу торгового бізнесу через відсутність стимулів і пільг для вітчизняних товаровиробників та ін.

Усунення таких негативних явищ дало б можливість поліпшити роботу вітчизняних підприємств, створити умови для стабілізації їх власного становища та для наповнення бюджету держави.

Ринок має достатньо ефективний механізм стихійної координації дій агентів, які беруть участь в обміні. Цей механізм дозволяє зі значно більшим успіхом досягати бажаних цілей, ніж тоді, коли вони свідомо формуються і спеціально переслідуються.

Кожний індивідуум прагне до задоволення свого власного інтересу, але, зіштовхуючись при цьому з інтересами інших учасників обміну, змушений для своєї ж користі враховувати їх при прийнятті своїх рішень. В результаті досить швидко знаходиться оптимальний варіант відповіді на запитання про те, що, скільки, за допомогою яких ресурсів і для кого виробляти.

Англійський економіст XVIII століття Адам Сміт назвав цей механізм «незримою рукою», що направляє людей до цілей, які зовсім не входили до їх намірів, але вони досягають їх більш діючим способом, ніж тоді, коли вони свідомо прагнуть зробити це. Для функціонування цього механізму необхідна тільки інформація та свобода прийняття рішень.

Основні носії ринкової інформації – це ціни. *Ціна* – це кількість того, що необхідно віддати, щоб отримати одиницю бажаного товару чи послуги.

Ціни несуть інформацію про те, що і скільки бажають продавці реалізувати, а покупці – придбати. Вони є сигналами, орієнтуючись на які продавці і покупці приймають рішення, вибираючи найкращий, з їх точки зору, варіант дій.

Ціни не тільки несуть інформацію, але й спонукають до дій у визначеному напрямі. Виробники прагнуть виробляти ті товари і в тому місці, де за них можна отримати найбільшу ціну. Споживачі, навпаки, намагатимуться придбати товари і послуги за більш низькими цінами. Відповідно до цього й пересуватимуться ресурси, визначаючи кількість і асортимент виробленої продукції.

Ринкова система вільного підприємництва повинна давати відповідь на такі запитання:

- Скільки товарів і послуг необхідно виготовляти?
- Що необхідно виробляти?
- Як цю продукцію треба виготовляти?
- Хто повинен отримати цю продукцію?
- Як саме система адаптується до змін?

У ринковій системі ці питання вирішуються без ніякого примушення або централізованого керівництва.

Ринкова система – це складний механізм координації, який діє через систему цін і ринків, механізм зв'язку, який застосовується для поєднання дій мільйонів різних індивідів.

Це не система хаосу і анархії. Вона має визначений внутрішній порядок і підпорядковується встановленим закономірностям.

У ринковій економіці немає адміністративного контролю за виробництвом і споживанням. Функції контролю в такій економіці виконує механізм конкуренції. Конкурентна ринкова система містить стимули і для технічного прогресу. Піонерне застосування технології, яке знижує рівень витрат

на виробництво, дає змогу такій прогресивній фірмі отримати додатковий прибуток. Більше того, конкурентна ринкова система створює обставини, що сприяють швидкому розповсюдженню нової технології. Конкуренти повинні слідувати прикладу найбільш прогресивної фірми, інакше їх чекають збитки або навіть банкрутство.

На відміну від адміністративно-командної (планової) системи управління, при ринковій економіці товаровиробникам зверху не доводять номенклатуру вироблення продукції, обсяги виробництва, ціни, фонди на матеріально-технічні ресурси, не визначають постачальників і споживачів. Усюди між суб'єктами ринкових відносин діє контрактна система.

Постачальники і споживачі самостійно і вільно приймають рішення, орієнтуючись тільки на існуючу об'єктивну економічну ситуацію.

В основу роботи підприємства в умовах ринку покладено найбільш ефективний, з точки зору збуту товарів, принцип: спочатку необхідно з'ясувати який товар, з якими споживчими властивостями, за якою ціною, в яких місцях його хоче придбати потенційний покупець, а потім уже думати про організацію виробництва.

У даний час Україна переживає економічну кризу. Вона згубно відбилася на роботі промисловості через спад виробництва, неплатежі між суб'єктами ринку, дефіцит сировини, матеріалів і комплектуючих виробів. Це породило *«риннок продавця»*, де попит перебільшує пропозицію товару. За наявності грошей будь-який товар, який маємо на ринку, будь-які послуги знаходять збут, навіть якщо вони не зовсім відповідають вимогам, які до них пред'являє покупець: головне – це їх наявність, якості в цьому випадку приділяється мінімум уваги. Товарний асортимент бідний, обсяги виробництва низькі, конкуренція відсутня, покупець змушений брати те, що викинув на ринок товаровиробник.

При цьому постачальники в ряді випадків не виконують своїх договірних зобов'язань, не витримують строків

постачань, недопостачають деяких найменувань продукції. Крім того, для більшості товаровиробників невідома точна кількість реальних і потенційних споживачів, тобто існує проблема формування портфеля замовлень. Від наявності портфеля замовлень і норм витрачання на одиницю виробів залежить потреба в матеріальних ресурсах. На базі потреби в матеріальних ресурсах і їх витрачанні в процесі виробництва формуються норми виробничих запасів.

Аналіз свідчить, що в умовах «ринку продавця» управління виробничими запасами дуже складне. Це пов'язане з тим, що існуючому процесу матеріально-технічного забезпечення в Україні притаманна невизначеність.

Ринкова система не ідеальна і їй властиві певні *недоліки*.

Будучи орієнтованою на індивідуальні інтереси, ринкова система значно слабкіше враховує колективні й суспільні потреби. Громадський транспорт, екологічні програми, фундаментальна наука, національна безпека – ці й інші потреби, які конче необхідні суспільству, не виглядають першочерговими з точки зору окремого споживача. Отже, ресурси на ці цілі при їх розподілі через ринковий механізм або будуть надходити в останню чергу, або не будуть надходити зовсім. Виявилося, що ринковий механізм не в змозі автоматично підтримувати повну зайнятість та стабільний рівень цін. Усі ресурси можуть спрямовуватися на виробництво дорожчих виробів в збиток виробництву дешевих товарів.

В умовах ринку величезні ресурси розбазарюються на рекламу та інші подібні заходи виключно з однією метою – завоювати симпатії покупців. Але кошти, які направляються на ці заходи, можна було б направити на виробництво інших товарів, для якого раніше не знаходилося коштів.

Особливістю ринкової економіки є те, що в результаті запеклої конкурентної боротьби одні фірми залишаються, а інші зникають (вмирають). В тих випадках, коли виживає

лише одна з фірм, вона стає монополістом. Це, в свою чергу, дає можливість експлуатувати покупців за допомогою високих і нічим (крім монополізму) не виправданих цін. Тим самим зникає найголовніша перевага ринкової економіки – ефективність використання обмежених ресурсів. Адже в умовах монополії кошти покупців не можуть бути ефективно використані.

Ураховуючи всі ці недоліки, всі сучасні держави мають змішану економіку. В ній присутні позитивні елементи ринкової, планової економіки. Тут питання про розподіл ресурсів вирішується як державою, так і ринком. В одних країнах співвідношення в розподілі сфери компетенції держави або ринку має перевагу на користь держави, в інших – на користь ринку.

Під час переходу від планової економіки до ринкової в Україні здійснювався *процес приватизації*. Це процес переходу окремого підприємства від державної власності до приватної. Основна причина цього процесу полягає в тому, що держава вважає, що ця індустрія або підприємство працювали б краще, якщо б вони знаходилися в умовах вільної конкуренції.

У будь-якій системі є передатні ланки. Без них неможливе її існування. В економічній системі є свої сполучні ланки, що в цілому можна назвати *економічною інфраструктурою*. Ця інфраструктура виступає сполучним елементом у взаємовідносинах між основними суб'єктами економічних відносин (виробниками економічних ресурсів, кінцевих товарів) і їхніми безпосередніми споживачами.

Під *інфраструктурою ринку* ми розуміємо сукупність галузей, підприємств і організацій, які входять до цих галузей, види їхньої діяльності, які мають забезпечувати, створювати умови для нормального функціонування виробництва та обігу товарів, а також життєдіяльності людей. Розрізняють *виробничу і соціальну інфраструктуру*. До інфраструктури включають шляхи, зв'язок, транспорт, складське господарство, зовнішнє енергопостачання,

водопостачання, спортивні споруди, озеленення, підприємства по обслуговуванню населення. Інколи до інфраструктури відносять науку, освіту, охорону здоров'я.

Інфраструктура ринку включає, наприклад, оптові підприємства, біржі, брокерські фірми, банки, постачально-збутові організації, засоби зв'язку і телекомунікації, кредитно-ощадні заклади, лізингові компанії, центри зайнятості, страхові організації та ін.

Економіка України припускає створення товарів і їхнє доведення до споживачів. Останнє потребує організації сфери обертання товарів. У цьому випадку інфраструктура ринку – це сукупність інститутів, що забезпечують обіг різних товарів. Обслуговування взаємовідносин виробників товарів і їхніх безпосередніх споживачів – основне призначення інститутів інфраструктури.

Продуктом інфраструктури є посередницька послуга. Послуга – це особливий товар, що існує тільки в момент його виробництва. Роблячи різні посередницькі послуги підприємствам і домашнім господарствам, засновані інфраструктури виконують ряд важливих *функцій*. Розглянемо їх.

- Доведення товару до безпосереднього споживача. Інститути інфраструктури допомагають товару знайти свого споживача. Важливо організувати виробництво продукції, але не менше важливо забезпечити її реалізацію. Останнє є не простою справою. Спеціалізація на посередницьких операціях дає змогу скоротити час на реалізацію товару, зменшити витрати обертання, прискорити оборот фондів підприємства, більше врахувати попит споживачів.
- Забезпечення зворотного зв'язку між виробництвом і споживачем, інфраструктура відчуває на собі вплив як виробника, (пропозиція товару), так і споживача (попит на нього). Аналізуючи просування того чи іншого товару на ринок, посередник може виявити тенденції, облік яких дозволить краще орієнтувати виробництво на інтереси споживачів.

- Перерозподіл ресурсів між різними галузями та серед них. Ця функція забезпечується як через переорієнтування на випуск нової продукції, так і через обслуговування ринку цінних паперів. Мінливий курс акцій призводить до переміщення капіталів з однієї галузі в іншу, підтримуючи тим самим певний рівень пропорційності в розвитку економіки.
- Акумуляція тимчасово вільних коштів, регулювання грошового обігу. Банківські заклади — структури ринку, зайняті кредитним підприємництвом, здійснюють мобілізацію вільних коштів населення і підприємств. У результаті формується ринок коштів, розширюються інвестиційні можливості підприємств, прискорюється товарообмін. Крім того, через зміну ставки банківського відсотка фінансово-кредитні заклади можуть впливати на структуру інвестицій, забезпечуючи їхній перерозподіл між галузями, прискорюючи або уповільнюючи темпи економічного зростання.

Інститути інфраструктури займаються наданням посередницьких послуг у галузі інвестування, страхування різних сторін господарської діяльності, проводять довірчі операції. Інфраструктура також використовується при макроекономічному регулюванні: з її допомогою держава здійснює антиінфляційні заходи, політику зайнятості, протидіє циклічним коливанням економіки.

Таким чином, економічна інфраструктура має істотний вплив на функціонування економічної системи в цілому.

Інфраструктура ринку ускладнюється разом з розвитком самого ринку, відповідає його запитам, сприяє становленню і розвитку ринкової економіки.

Поняття «ринок» приводить нас, врешті решт, до заключного поняття циклу – маркетинг. *Маркетинг* – це діяльність людини, яка так чи інакше має відношення до ринку. Маркетинг – це робота з ринком заради здійснення обмінів, ціль яких – задоволення людських потреб. Таким чином, ми повертаємося до визначення маркетингу як виду

людської діяльності, яка спрямована на задоволення потреб за допомогою обміну.

Процес обміну вимагає праці. Тому, хто бажає продавати, необхідно шукати покупців, виявляти їх потреби, проектувати відповідні товари, просувати їх на ринок, складувати, перевозити, домовлятися про ціни і т. п. Основу діяльності маркетингу становлять такі заняття, як розробка товару, його дослідження, налагодження комунікацій, організація розподілу, встановлення цін, розгортання служби сервісу.

Таким чином, *сучасна ринкова економіка* – це змішана економіка, в якій виробництво розвивається під впливом власних ринкових сил, які скеровують підприємницьку активність виробників, але держава регулює цей процес, установлює правову структуру бізнесу і контролює її дотримання, здійснює різні соціальні й політичні програми.

У ринковій економіці сформувалися широко використовувані в підприємницькій діяльності загальновизнані *принципи поведінки суб'єктів господарювання на ринку*:

- принцип соціального партнерства (разом з економічними функціями підприємство зобов'язане постійно опікуватися питаннями соціального розвитку не тільки свого трудового колективу, а й місцевого населення);
- принцип свободи підприємництва (можливість ініціативної, самостійної, здійснюваної на свій ризик та під свою майнову відповідальність економічної діяльності, самостійність в організації виробництва, у прийнятті будь-яких господарських рішень, комерційна свобода ціноутворення, право визначати шляхи і способи реалізації продукції, право розпоряджатися майном та прибутком).

З метою формування сприятливого економічного середовища треба розробити й дотримуватися також певних етичних норм поведінки суб'єктів господарювання на будь-якому ринку, які включатимуть правила поведінки в бізнесі.

Усе це сприятиме формуванню іміджу фірми як партнера, з яким можлива тривала, надійна і взаємовигідна співпраця.



ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Поняття «зовнішнє середовище».
2. Макро- та мікросередовище.
3. Елементи мікросередовища.
4. Характеристика факторів макросередовища.
5. Поняття «ринок» у широкому та вузькому розумінні.
6. Функціональне призначення ринку.
7. Характеристика структури ринку та його види.
8. Поняття «інфраструктура ринку» та її основні елементи.
9. Основні принципи поведінки суб'єктів господарювання на ринку.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Політичне середовище як елемент макросередовища.
2. Економічний чинник макросередовища.
3. Важливість соціального елементу макросередовища.
4. Проблеми функціонування мікросередовища господарювання підприємств.
5. Сучасні проблеми ринкової економіки.
6. Загальні тенденції світового та регіонального соціально-економічного розвитку та перспективи участі України у міжнародних організаціях.
7. Загальні принципи та етичні норми поведінки господарюючих суб'єктів на ринку.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Сукупність господарських суб'єктів, економічних, суспільних і природних умов, національних і міждержавних чинників, які діють в глобальному оточенні – це середовище:
 - а) зовнішнє;
 - б) внутрішнє;
 - в) глобальне;
 - г) суспільне.
2. Елементи середовища, які впливають на формування загальної атмосфери бізнесу і які не знаходяться у зв'язку з підприємством постійно – це:
 - а) макросередовище;
 - б) мікросередовище;
 - в) внутрішнє середовище;
 - г) зовнішнє середовище.
3. Мікросередовище – це:
 - а) середовище, елементи якого прямо і постійно впливають на діяльність підприємства;
 - б) середовище, елементи якого впливають на формування загальної атмосфери бізнесу і які не знаходяться у зв'язку з підприємством постійно;
 - в) середовище, елементи якого впливають на діяльність підприємства опосередковано і знаходяться у зв'язку з підприємством тимчасово;
 - г) немає вірної відповіді.
4. До основних елементів мікросередовища відносяться:
 - а) постачальники, посередники, споживачі, конкуренти, робоча сила, державні органи;
 - б) постачальники, посередники, виробники, споживачі, конкуренти, робоча сила, державні органи;
 - в) постачальники, посередники, споживачі, конкуренти, робоча сила, законодавчі органи, державні органи;
 - г) постачальники, посередники, споживачі, конкуренти, робоча сила, контролюючі органи, державні органи.
5. До посередників належать:

- а) торгові посередники, організації товарообігу; агентства з надання маркетингових послуг, кредитно-фінансові установи;
 - б) фірми конкуренти, організації товарообігу; агентства з надання маркетингових послуг;
 - в) торгові посередники, фірми конкуренти, агентства з надання маркетингових послуг, кредитно-фінансові установи;
 - г) організації товарообігу; агентства з надання маркетингових послуг, кредитно-фінансові установи.
6. Рівень і темп інфляції відносять до основних чинників середовища:
- а) економічного;
 - б) політичного;
 - в) соціального;
 - г) екологічного.
7. Зниження вартості гривні призводить до:
- а) зниження загрози з боку іноземних конкурентів, скорочення імпорту;
 - б) збільшення імпорту та наявності загрози з боку іноземних конкурентів;
 - в) збільшення виробництва товарів вітчизняних товаровиробників;
 - г) зниження конкурентоспроможності вітчизняної продукції.
8. Різноманітні чинники законодавчого і державного характеру, які впливають на рівень існуючих можливостей і загроз у діяльності підприємства є чинниками середовища:
- а) політичного;
 - б) технологічного;
 - в) соціального;
 - г) економічного.
9. Зміни в податковому законодавстві, стан політичних сил, патентне законодавство, урядові витрати, грошово-кредитна політика – це чинники середовища:
- а) політичного;

- б) економічного;
 - в) екологічного;
 - г) технологічного.
10. Формування стилю життя, роботи, споживання здійснюють чинники:
- а) соціального середовища;
 - б) технологічного середовища;
 - в) економічного середовища;
 - г) політичного середовища.
11. Основними чинниками соціального середовища є:
- а) народжуваність та смертність, коефіцієнти імміграції та еміграції, коефіцієнт середньої тривалості життя, дохід, стиль життя;
 - б) державне регулювання, відносини уряду з іншими державами, грошово-кредитна політика, антимонопольне законодавство;
 - в) народжуваність та смертність, темп і ріст інфляції, ставка відсотка, коефіцієнти імміграції та еміграції;
 - г) коефіцієнт середньої тривалості життя, дохід, стиль життя, банківська відсоткова ставка.
12. Прискорення технологічних змін призводить до:
- а) вивільнення надмірної робочої сили, використання продуктивних технологічних процесів, додаткової підготовки та підбору персоналу, для роботи з новими технологіями;
 - б) появи потреби в інших товарах і послугах;
 - в) рівня фізичного впливу на середовище;
 - г) зміни структури споживання, зростання ставки податків.
13. Сукупність відносин між продавцями і покупцями, які обмінюються продукцією спеціалізованої діяльності – це:
- а) мікросередовище;
 - б) ринок;
 - в) макросередовище;
 - г) інфраструктура.
14. Кількість засобів, що необхідно віддати, щоб отримати одиницю бажаного товару чи послуги називається:

- а) собівартістю;
- б) прибутком;
- в) ціною;
- г) витратами.

15. Складний механізм координації, який діє через систему цін і ринків, механізм зв'язку, який застосовується для поєднання дій мільйонів різних індивідів – це:

- а) економіка;
- б) маркетинг;
- в) ринкова система;
- г) інфраструктура ринку.

СТРУКТУРА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ



ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

- 5.1 Поняття і сутність системи управління підприємством.
- 5.2 Функції управління підприємством.
- 5.3 Методи управління діяльністю підприємства.
- 5.4 Основи організації управління на підприємстві.



- *управління*
- *принципи*
- *функції*
- *методи*
- *організація*

5.1 Поняття і сутність системи управління підприємством

Згідно з основними положеннями теорії систем, будь-який об'єкт, явище чи процес (включаючи підприємство) можна розглядати як **систему**. Під *системою* розуміють сукупність взаємозв'язаних в одне ціле елементів.

Елемент системи – це частина цілого, яка в процесі аналізу не підлягає поділу на складові. Отже, для будь-якої системи характерно, що:

- вона складається з двох або більшої кількості елементів;
- кожний її елемент має властиві лише йому якості;
- між елементами системи існують зв'язки, за допомогою яких вони впливають один на одного;

- система не може існувати поза часом і простором.

Вона має часову сутність (її склад може бути визначений у кожний даний момент), а також свої межі та навколишнє середовище.

Перша особливість підприємства як системи полягає в тому, що підприємство – це відкрита система, яка може існувати лише за умови активної взаємодії з навколишнім середовищем. Воно вибирає з проміжного та загального зовнішнього середовища основні фактори виробництва і, перетворюючи їх на продукцію (товари, послуги, інформацію) та відходить, передає знов у зовнішнє середовище. Умовою життєздатності системи є корисний (вигідний) обмін між «входом» і «виходом».

Інша особливість підприємства як системи: воно є штучною системою, створеною людиною заради її власних інтересів, передовсім спільної праці. Тому очевидною характеристикою будь-якого підприємства є **поділ праці**.

Розрізняють *дві форми поділу праці*: горизонтальну та вертикальну. *Перша* – це поділ праці через поділ трудових операцій на окремі завдання. Результатом горизонтального поділу праці є формування підрозділів підприємства, які виконують певні частини загального трансформаційного процесу. Оскільки роботу на підприємстві поділено між підрозділами та окремими виконавцями, хтось має координувати їх дії, щоб досягти загальної мети діяльності.

Тому об'єктивно виникає потреба у відокремленні управлінської праці від виконавчої. Отже, необхідність управління пов'язана з процесами поділу праці на підприємстві.

Управління на підприємствах здійснюється у двох *сферах*: виробничо-технічній, коли виконуються роботи з організації, координації та регулювання виробничого процесу, та соціально-економічній, коли регулюються взаємовідносини між учасниками виробничого процесу в умовах поділу і кооперації праці, формування відносин між управлінцями та виконавцями.

Управління як процес, або функція, може відбуватися лише за допомогою спеціального апарату, який відповідає за збереження, цільове використання ресурсів, здійснює контроль за роботою виконавців щодо виконання програми бізнес-плану та господарських операцій технологічного процесу підприємницької діяльності.

Управління в широкому розумінні – це діяльність, спрямована на координацію роботи інших людей (трудових колективів), яка є складною системою. Диференціація та координація управлінської праці, формування рівнів управління здійснюються за допомогою вертикального поділу праці.

Виробничий процес є *об'єктом*, а апарат управління – *суб'єктом* управління.

Суб'єкт господарювання складається з діючих на засадах внутрішнього госпрозрахунку виробничих підрозділів (виробництв, цехів, відділень, дільниць, бригад, бюро, лабораторій тощо), а також апарату управління (управлінь, відділів, бюро, служб тощо). У внутрішньому економічному механізмі підприємства вони складають його функціональні підрозділи. Підприємство для виконання окремих своїх функцій вправі створювати філії, представництва, відділення, агентства, структурні одиниці та інші відокремлені підрозділи. Підприємство може створювати і допоміжні підрозділи.

Функції та права кожного із вказаних структурних підрозділів підприємства визначаються затвердженими у встановленому порядку керівником підприємства положеннями про них.

За загальним правилом органи управління підприємством згідно розподілу власних повноважень поділяються на вищі (законодавчі), виконавчі та контрольні. До компетенції вищих органів управління підприємством – загальних зборів його засновників відноситься вирішення стратегічних питань його діяльності, що впливають на суттєві основи його діяльності чи діяльності засновників. Виконавчі

органи вирішують тактичні питання, в тому числі пов'язані з щоденною діяльністю. При здійсненні визначених в установленому порядку вищим органом для них повноважень вони йому підзвітні та підконтрольні. Контрольним органом, за загальним правилом, є ревізійна комісія, яка обирається загальними зборами та підзвітна перед ними. В підприємствах, заснованих на власності однієї особи, засновники безпосередньо здійснюють керівництво підприємством самостійно або через уповноважену ними особу.

Загальні *принципи управління* підприємством, що закріплені в Господарському кодексі:

1. Управління підприємством здійснюється відповідно до статуту на основі поєднання прав власника відносно господарського використання свого майна та принципів самоуправління трудового колективу.

2. Наймання (призначення, обрання) керівника підприємства є правом власника (власників) майна підприємства та реалізується безпосередньо або через уповноважені ним органи.

3. Рішення щодо соціально-економічних питань, які стосуються діяльності підприємства, виробляються та приймаються органами управління за участю трудового колективу та уповноважених ним органів.

4. Вищим керівним органом колективного підприємства є загальні збори (конференція) власників майна. Виконавчі функції щодо управління підприємством здійснює правління.

Крім внутрішніх органів управління підприємствами та організаціями, існують вищі органи загальнодержавного управління всіма суб'єктами господарювання. Формування і функціонування таких органів управління є об'єктивно необхідним й доцільним, оскільки зумовлюються наявністю широкого кола управлінських рішень, прийняття та практична реалізація яких перебувають поза можливостями та компетенцією самих підприємств і організацій.

5.2 Функції управління підприємством

Підприємства різняться між собою за розмірами, управлінням і сферами діяльності, технологічними процесами тощо. Проте всі вони як системи мають і певні спільні характеристики (загальні риси), з-поміж яких передовсім треба назвати **функції управління** – об'єктивно зумовлені загальні напрями або сфери діяльності, сукупність яких забезпечує ефективне кооперування спільної праці.

Відокремлюють кілька функцій управління. Структура цієї моделі містить два елементи:

- елемент керуючий;
- елемент виконавчий.

Керуючий елемент сприймає через вхідний канал імпульс із зовнішнього середовища та через канал зворотного зв'язку імпульси, що стосуються його власного стану та стану структури системи. На підставі сприйнятих імпульсів керуючий елемент починає функціонувати. Спочатку він визначає конкретне (кількісне) значення вихідного параметра, тобто формулює мету діяльності системи. Потім він виробляє імпульс і надсилає його виконавчому елементу (*ефектору*). Цей імпульс має характер команди.

Під впливом команди керуючого елемента та зовнішніх перешкод ефектор починає своє функціонування. Результат його діяльності – вихідний імпульс. Але перш ніж надіслати його у зовнішнє середовище, ефектор інформує керуючий елемент про виконання одержаної команди через канал зворотного зв'язку. Узгоджуючи прийняту від ефектора інформацію з визначеною метою діяльності системи, керуючий елемент знову починає функціонувати.

Якщо результати діяльності ефектора збігаються з метою, то ефектор одержує команду надіслати вихідний імпульс у зовнішнє середовище. У разі незбігу керуючий елемент виробляє нові команди, якими спрямовує дії ефектора. Отже, в структурі системи керуючий елемент виконує цілком конкретні функції.

До основних *функцій* управління належать: планування, організація, мотивація та контроль.

Процес *планування* визначає виробничі завдання, норми і нормативи витратання ресурсів на одиницю продукції, кошториси витрат на виробництво в розрізі виробничих підрозділів підприємства, фінансові результати господарської діяльності.

План або прогноз для підприємства відіграє значну роль, показує ту мету, до якої прагне підприємство. При відсутності детально розробленого плану апарат управління не може дати оцінку досягнутому фактичному рівню використання ресурсів, випуску та реалізації продукції, отримання фінансового результату.

Служба планування, укомплектована кваліфікованими спеціалістами, має бути на кожному підприємстві і повинна займатися стратегією його розвитку. Стратегія, закладена в конкретні плани, програми, розроблені з урахуванням можливих змін в господарській діяльності, – основа успішного управління, відтак і виживання підприємства.

Організація є процесом, який направлений на найбільш оптимальне сполучення ресурсів – матеріальних, енергетичних, трудових, фінансових, інформаційних у виробничому процесі. Ефект організації проявляється у вдалому поєднанні всіх видів ресурсів та їх раціональному використанні. Тому значна частина робочого часу апарату управління використовується для організації виробничого процесу.

Мотивація, як елемент управління, направляє на прийняття рішень та підкріплення їх наказами, інструкціями, вказівками з приводу використання живої праці та матеріальних ресурсів, передбачає підпорядкування та субординацію між членами колективу. Для цього працівники наділяються розпорядчими та виконавчими функціями.

Мотивація передбачає розробку положень про винагороду за досягнення в праці. Преміальна система оплати праці повинна бути направлена на сприяння росту

продуктивності праці, зниження витрат на виробництво, підвищення якості продукції.

Через мотивацію апарат управління узгоджує дії всіх працівників підприємства з метою досягнення тактичних та стратегічних завдань та загальної мети підприємства.

Контроль в загальному розумінні виступає як інструмент, який забезпечує всі ланки апарату управління інформацією про стан об'єкта управління.

Контрольна діяльність полягає в розробці норм функціонування системи і узгодження з плановими завданнями, створенні системи інформації, виявленні відхилень від норм функціонування, порівнянні фактичних показників з їх плановими значеннями, здійсненні необхідного впливу на людей, які мають відношення до контрольної ситуації, прийняття рішень. Для забезпечення контрольної діяльності необхідна інформація про стан об'єкта управління, ресурси підприємства та їх раціональне використання, процеси, що відбуваються на підприємстві (постачання, виробництво, збут), формування собівартості продукції тощо.

Відповідно до особливостей тої чи іншої організаційно-правової форми підприємства встановлено ряд *особливостей управління* ними.

Обов'язки, права і відповідальність посадових осіб підприємства щодо управління визначаються кваліфікаційними посадовими інструкціями.

Посадові інструкції розробляють та затверджують роботодавці на основі типових характеристик професій працівників. Оскільки окремі типові кваліфікаційні характеристики працівників містять лише основні завдання та обов'язки, роботодавець може доповнити посадові (робочі) інструкції роботами, що належать до складу статутів, технологічних карт, регламентів, інструкцій та інших нормативних документів, встановлених адміністрацією за погодженням з профспілковими або іншим уповноваженим на представництво трудовим колективним органом. У цих

випадках працівникові може бути доручено виконання споріднених за змістом обов'язків і робіт, тобто віднесених до однієї функції управління, однакових за складністю, виконання яких не потребує іншої спеціальності, кваліфікації, зміни найменування посади (професії).

5.3 Методи управління діяльністю підприємства

Після того як встановлено цілі управління, необхідно знайти найбільш ефективні шляхи та методи досягнення їх.

Методом називається захід або сукупність заходів у будь-якій людській діяльності, спосіб досягнення мети, шлях вирішення певного завдання.

Методи управління покликані забезпечити високу ефективність діяльності колективів, їх злагоджену роботу, сприяти максимальній мобілізації творчої активності кожного члена. Цим методи управління відрізняються від усіх інших технічних та технологічних методів, які використовуються в ході вирішення комплексних виробничо-господарських завдань.

Особлива роль методів управління полягає у тому, щоб створити умови для чіткої організації процесу управління, використання сучасної техніки і прогресивної технології організації праці і виробництва, забезпечити їх максимальну ефективність при досягненні поставленої мети. Таким чином, зміст поняття "методи управління" впливає із суті і змісту управління і належить до основних категорій теорії управління.

Практична реалізація функцій управління здійснюється за допомогою *системи методів управління*. Привести в дію організовану систему, щоб одержати потрібний результат, можна лише через вплив на неї керуючого органу чи особи. При цьому необхідні певні інструменти погодженого впливу, які й забезпечують досягнення поставлених цілей.

Управління фірмою (підприємством, організацією) спрямоване на людей, коло їхніх інтересів, передовсім

матеріальних. Тому *основою класифікації* методів управління є *внутрішній зміст мотивів*, якими керується людина у процесі виробничої чи іншої діяльності. За своїм змістом мотиви діяльності можна поділити на матеріальні, соціальні та мотиви примусового характеру. Відповідно до цього розрізняють такі методи управління:

- економічні;
- соціально-психологічні;
- організаційні.

Економічні методи управління – це такі методи, які реалізують матеріальні інтереси участі людини у виробничих процесах (будь-якій іншій діяльності) через використання товарно-грошових відносин. Ці методи мають два аспекти реалізації. Перший аспект характеризує процес управління, зорієнтований на використання створеного на загальнодержавному рівні економічного сегмента зовнішнього середовища. Суть цього аспекту: формування системи оподаткування суб'єктів господарювання; визначення дієвої амортизаційної політики, яка сприяла б оновленню (відтворенню) матеріальних і нематеріальних активів підприємства; встановлення державою мінімального рівня заробітної плати та пенсій. Другий аспект економічних методів управління зв'язаний з управлінським процесом, орієнтованим на використання різноманітних економічних важелів, таких як фінансування, кредитування, ціноутворення, штрафні санкції тощо.

Соціально-психологічні методи управління реалізують мотиви соціальної поведінки людини. Адже рівень сучасного виробництва, зростання загальноосвітнього і професійно-кваліфікаційного рівня працівників зумовлюють суттєві зміни в системі ціннісних орієнтацій та структурі мотивації трудової діяльності людей.

Традиційні форми матеріального заохочення поступово втрачають свій пріоритетний стимулюючий вплив. Усе більшого значення набувають такі чинники, як змістовність і

творчий характер праці, можливості для прояву ініціативи, суспільне визнання, моральне заохочення тощо. Тому розуміння закономірностей соціальної психології та індивідуальної психіки працівника є необхідною умовою ефективного управління виробництвом чи будь-яким іншим видом діяльності.

Практична реалізація соціально-психологічних методів управління здійснюється за допомогою різноманітних засобів соціального орієнтування та регулювання, групової динаміки, розв'язання конфліктних ситуацій, гуманізації праці тощо.

Організаційні методи управління базуються на мотивах примусового характеру, їхнє існування й практичне застосування зумовлене заінтересованістю людей у спільній організації праці. Організаційні методи управління – це комплекс способів і прийомів впливу на працівників, що ґрунтуються на використанні організаційних відносин та адміністративній владі керівництва. Усі організаційні методи управління поділяють на регламентні й розпорядчі.

Зміст *регламентних* методів полягає у формуванні структури та ієрархії управління, делегуванні повноважень і відповідальності певним категоріям працівників фірми, визначенні орієнтирів діяльності підлеглих, наданні методично-інструктивної та іншої допомоги виконавцям. *Розпорядчі* методи управління охоплюють поточну (оперативну) організаційну роботу і базуються, як правило, на наказах керівників підприємств (організацій). Вони передбачають визначення конкретних завдань для виконавців, розподіл цих завдань між ними, контроль виконання, проведення нарад з питань поточної діяльності фірми (підприємства, організації).

Усі названі методи управління діяльністю підприємств органічно взаємозв'язані й використовуються не ізольовано, а комплексно. Проте провідними треба вважати саме економічні методи. Організаційні методи створюють передумови для використання економічних методів. Соціально-психологічні методи доповнюють організаційні та

економічні й утворюють у сукупності необхідний арсенал засобів управління діяльністю підприємства, будь-якого суб'єкта підприємницької чи іншої діяльності.

Формування цілеспрямованого впливу на трудові колективи та їх окремих членів безпосередньо пов'язане з мотивацією, тобто використанням факторів, які визначають поведінку людини в колективі в процесі виробництва. Звідси випливає дуже важлива *вимога до методів управління*: методи управління повинні мати свою мотиваційну характеристику, що визначає напрям їх дії. Ця характеристика показує мотиви, які визначають поведінку людей і на які орієнтована відповідна група методів.

Ефективність застосування методів управління в основному залежить від рівня кваліфікації керівних кадрів, що зумовлює потребу систематичної і цілеспрямованої підготовки та повсякденного використання всіх зазначених напрямів впливу на колектив і окремих людей.

5.4 Основи організації управління на підприємстві

Для ефективного функціонування сучасних підприємств необхідні, перш за все, досконалі внутрішні зв'язки. Об'єднання різних частин підприємства в єдине ціле забезпечується організаційною функцією менеджменту.

Поняття «*організація*» охоплює такі взаємопов'язані елементи:

- мету, завдання;
- групування завдань для визначення видів робіт;
- групування видів робіт у відповідних підрозділах згідно з метою організації;
- делегування повноважень, розподіл відповідальності й визначення кількості рівнів в ієрархії управління;
- створення організаційного клімату, який спонукає працівників активно працювати для досягнення мети організації;

- проектування системи комунікацій, здатної забезпечити прийняття ефективних рішень, їх контролю та координації;
- побудову єдиної організаційної системи, що забезпечує внутрішнє узгодження всіх елементів організації, адаптацію до змін зовнішнього середовища.

Організація як функція менеджменту – це процес створення структури підприємства, яка дає можливість людям ефективно працювати разом для досягнення спільної мети. Отже, попередньою умовою для створення структури підприємства є формування стратегії, а основна мета організаційної функції в менеджменті – забезпечити перехід від стратегії до структури.

Практичним результатом виконання організаційної функції є: затвердження структури виробництва, структури органів управління, схеми взаємозв'язків між підрозділами; регламентація функцій, підфункцій, робіт і операцій, встановлення прав й обов'язків органів управління та службових осіб; затвердження положень, інструкцій; підбір, розстановка кадрів і формування штатів працівників у керуючій та керованій системах.

Повноваження об'єднують вище керівництво з нижчими рівнями працюючих і забезпечують можливість розподілу та координування завдань. Засобом, за допомогою якого керівництво встановлює стосунки між рівнями повноважень, є делегування.

Делегування – це передавання завдань і повноважень особі, яка бере на себе відповідальність за їх виконання. Делегування є засобом, за допомогою якого керівництво розподіляє серед співробітників численні завдання, які повинні виконуватись для досягнення мети організації. Якщо завдання не делегується іншим працівникам, керівник змушений виконувати його сам. Тому делегування – це акт, який перетворює людину в керівника.

Делегування реалізується лише у випадку прийняття повноважень, і власне відповідальність не може бути делегована.

Повноваження – це обмежене право використовувати ресурси організації та спрямовувати зусилля деяких її працівників на виконання певних завдань. Повноваження делегуються посаді, а не індивіду, який займає її в даний момент. В організації межі повноважень визначаються політикою, процедурами, правилами та посадовими інструкціями, які викладаються письмово або передаються підлеглому усно. Межі повноважень розширюються у напрямку більш високих рівнів управління організацією.

Розрізняють два *типи повноважень*: лінійні та апаратні (штабні).

Лінійні повноваження – це повноваження, які передаються безпосередньо від керівника підлеглому і далі іншим підлеглим. Саме лінійні повноваження надають керівникові законну владу для спрямування своїх безпосередніх підлеглих на досягнення поставленої мети. Керівник, що володіє лінійними повноваженнями, має також право приймати певні рішення і діяти у певних питаннях без узгодження з іншими керівниками у встановлених організацією, законом або звичаєм межах.

Делегування лінійних повноважень створює ієрархію рівнів управління. Процес створення ієрархії називається *скалярним процесом*. Однак в багатьох ситуаціях лінійні повноваження не можуть забезпечити потреб організації. Це пояснюється кількістю та різноманітністю функцій, які виконує адміністративний апарат в сучасних організаціях. Враховуючи особливості цих функцій, виділяють три *типи штабного апарату*:

- *консультативний* апарат (спеціалісти, залучені на постійній або тимчасовій основі для консультування лінійного керівництва);

- *обслуговуючий* апарат (наприклад, відділ кадрів, матеріально-технічне постачання, маркетингові дослідження, планування тощо);
- *особистий* апарат (різновид обслуговуючого апарату, який формується прийняттям на роботу секретаря або помічника).

Основні види штабних повноважень: рекомендаційні повноваження; обов'язкові узгодження; паралельні повноваження; функціональні повноваження; лінійні повноваження всередині апарату.

Незалежно від того, чи буде менеджер здійснювати самоорганізацію своїх дій, приймати колективні або індивідуальні рішення тощо, він повинен чітко усвідомлювати мету організаційної діяльності, уявляти можливості і наслідки її реалізації. При цьому менеджеріві слід розуміти, що організаційна діяльність не є впливом на учасників групи, а лише створює необхідні умови для того, щоб управлінський вплив привів до корисного результату. Колективні дії наступають при здійсненні впливу (у вигляді наказу, розпорядження та ін.), але ці дії не завжди ефективні. Щоб отримати такий результат, необхідно, щоб спільні дії були належним чином організовані.

ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Поняття «управління підприємством».
2. Основні принципи управління.
3. Характеристика елементів системи управління.
4. Основні функції управління.
5. Основні методи управління.
6. Роль економічних методів управління.
7. Значення соціально-психологічних методів управління.
8. Сутність організаційних методи управління, їх принципи.
9. Загальне значення методів управління підприємством.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Роль економічних методів управління.
2. Важливість соціально-психологічних методів управління.
3. Сутність та принципи організаційних методів управління.
4. Важливість методів управління підприємством.
5. Змістова характеристика діяльності вищих органів державного управління підприємствами.
6. Напрями вдосконалення загальнодержавної системи управління підприємствами.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Сукупність взаємозв'язаних в одне ціле елементів – це:
 - а) залежність;
 - б) система;
 - в) підприємство;
 - г) єдність.

2. Частина цілого, яка в процесі аналізу не підлягає поділу на складові – це:
- а) елемент;
 - б) підрозділ;
 - в) підприємство;
 - г) одиниця.
3. Діяльність, спрямована на координацію роботи інших людей (трудових колективів), яка є складною системою – це:
- а) координація;
 - б) планування
 - в) управління;
 - г) контроль.
4. Керівника підприємства має право обирати:
- а) власник, або уповноважений ним орган;
 - б) трудовий колектив сумісно з засновником підприємства;
 - в) трудовий колектив;
 - г) органи місцевого самоврядування.
5. Вищим органом колективного підприємства є:
- а) загальні збори власників майна;
 - б) власник майна;
 - в) колектив підприємства;
 - г) держава.
6. Управління підприємством здійснюється на основі:
- а) статуту;
 - б) трудового договору;
 - в) колективного договору;
 - г) всі відповіді вірні.
7. Об'єктивно зумовлені загальні напрями або сфери діяльності, сукупність яких забезпечує ефективне кооперування спільної праці – це:
- а) функції управління;
 - б) види діяльності;
 - в) принципи управління;
 - г) типи поведінки.

8. Функція управління, за якої забезпечується необхідна узгодженість дій працівників підприємства відповідно до плану – це:
- а) координаційна;
 - б) організаційна;
 - в) мотиваційна;
 - г) регулювання.
9. Функція управління, при якій відбувається процес стимулювання трудового колективу або окремого працівника до діяльності, що забезпечує досягнення найкращих її результатів – це:
- а) мотиваційна;
 - б) планування;
 - в) організаційна;
 - г) регулювання.
10. Процес перевірки виконання прийнятих рішень та оцінки досягнутих за певний період результатів, порівняння досягнутого з очікуваним в сукупності забезпечує виконання завдань на належному рівні виконує функція:
- а) контролю;
 - б) організаційна;
 - в) мотиваційна;
 - г) координування.
11. Захід або сукупність заходів у будь-якій людській діяльності, спосіб досягнення мети, шлях вирішення певного завдання називається:
- а) способом;
 - б) методом;
 - в) видом;
 - г) типом.
12. Методи, які реалізують матеріальні інтереси участі людини у виробничих процесах через використання товарно-грошових відносин – це:
- а) економічні;
 - б) соціально-психологічні;
 - в) організаційні;

г) економіко-соціальні.

13. Методи, які реалізують мотиви соціальної поведінки людини – це:

а) соціально-психологічні;

б) економічні;

в) соціально-економічні;

г) організаційні.

14. Передавання завдань і повноважень особі, яка бере на себе відповідальність за їх виконання, називається:

а) делегуванням;

б) повноваженням;

в) консультуванням;

г) виконанням.

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

- 6.1 Виробнича структура підприємства.
- 6.2 Виробнича і соціальна інфраструктура підприємства.
- 6.3 Відтворення і розвиток виробничих та інфраструктурних об'єктів підприємства.

Ключові терміни

- підприємництво
- структура
- виробництво
- інфраструктура

6.1 Виробнича структура підприємства

Під **структурою** будь-якого підприємства розуміють його внутрішній устрій, який характеризує склад підрозділів і систему зв'язків, підпорядкованості та взаємодії між ними. При цьому розрізняють *виробничу* й *загальну* структури підприємства.

Основу діяльності кожного підприємства становлять виробничі процеси, що виконуються у відповідних підрозділах. Саме склад цих підрозділів і характеризує *виробничу структуру підприємства*. Існує кілька принципів класифікації виробничих структур.

1. *Залежно від підрозділу, діяльність якого покладено в основу виробничої структури, розрізняють цехову, безцехову, корпусну та комбінатську виробничі структури.*

За *цехової виробничої структури* основним виробничим підрозділом є цех, тобто адміністративно відокремлена частина підприємства, у якій виконується

певний комплекс робіт відповідно до внутрішньозаводської спеціалізації. За характером своєї діяльності цехи поділяються на основні, допоміжні, обслуговуючі та побічні.

Основні цехи виготовляють продукцію, що визначає профіль та спеціалізацію підприємства.

Допоміжні цехи виготовляють продукцію, що використовується для забезпечення власних потреб усередині самого підприємства.

Обслуговуючі цехи та господарства виконують роботи, які забезпечують необхідні умови для нормального перебігу основних і допоміжних виробничих процесів.

Побічні цехи займаються, як правило, утилізацією, переробкою та виготовленням продукції з відходів основного виробництва.

У структурі деяких підприємств існують *експериментальні* (дослідні) цехи, які займаються підготовкою та випробуванням нових виробів, розробкою нових технологій, проведенням різноманітних експериментальних робіт.

На невеликих підприємствах з порівняно простими виробничими процесами застосовується *безцехова* виробнича структура. Основою її побудови є виробнича дільниця як найбільший структурний підрозділ такого підприємства.

Виробнича дільниця – це сукупність територіально відокремлених робочих місць, на яких виконуються технологічно однорідні роботи або виготовляється однотипна продукція.

На великих підприємствах кілька однотипних цехів можуть бути об'єднані в корпус. У цьому разі корпус стає основним структурним підрозділом підприємства. Така виробнича структура дістала назву *корпусної*.

На підприємствах, де здійснюються багатостадійні процеси виробництва, характерною ознакою яких є послідовність процесів переробки сировини (металургійна, хімічна, текстильна промисловість), використовується *комбінатська* виробнича структура. Її основу становлять

підрозділи, які виготовляють завершену частку готового виробу (чавун, сталь, прокат).

2. *За формою спеціалізації основних цехів* розрізняють технологічну, предметну та змішану виробничі структури.

Ознакою *технологічної* структури є спеціалізація цехів підприємства на виконанні певної частки технологічного процесу або окремої стадії виробничого процесу (ливарні, термічні, механообробні, скла-дальні цехи машинобудівного підприємства). Технологічна структура використовується переважно на підприємствах одиничного і дрібносерійного виробництва з різноманітною та нестійкою номенклатурою продукції.

Ознакою *предметної* структури є спеціалізація цехів на виготовленні певного виробу або групи однотипних виробів, вузлів, деталей з використанням різноманітних технологічних процесів та операцій (цех кузовів, задніх мостів, двигунів на автомобільному заводі).

Предметна структура виробництва поширена на підприємствах великосерійного й масового виробництва з обмеженою номенклатурою та значними обсягами продукції.

Проте на практиці є дуже мало підприємств, де всі цехи спеціалізовано тільки технологічно або тільки предметне. Переважна більшість підприємств використовує *змішану* виробничу структуру, коли частину цехів спеціалізовано технологічно, а решта – предметно.

3. *Залежно від наявності основних і допоміжних процесів* розрізняють підприємства з комплексною та спеціалізованою структурами виробництва.

Підприємства з *комплексною* виробничою структурою мають усю сукупність основних та допоміжних цехів, а зі *спеціалізованою* структурою – лише частину. Підприємства зі спеціалізованою структурою поділяють на:

- підприємства *механоскладального типу*, які отримують заготовки від інших підприємств;

- підприємства *складального типу*, які випускають продукцію з деталей, вузлів та агрегатів, що виготовляються на інших підприємствах;

- підприємства *заготовочного типу*, що спеціалізуються на виробництві заготовок;

- підприємства, спеціалізовані на виробництві *окремих деталей*.

На виробничу структуру підприємства впливає ряд факторів. Головні з них:

- галузева належність, номенклатура продукції, її техніко-економічні особливості, використані ресурси;
- тип виробництва, рівень спеціалізації і кооперування;
- структура засобів праці, технології;
- ступінь складності конструкції і технологічність продукції;
- організація обслуговування обладнання, його ремонт і модернізація;
- мобільність виробничого процесу, тобто його спроможність оперативно переходити на випуск нової продукції;
- характер відтворювального процесу в підрозділах підприємства.

Ці фактори визначають специфіку виробничої структури підприємства в різних галузях. Ринкові умови господарювання потребують передусім нової виробничої структури, відтворення фондів підприємства.

Основні шляхи вдосконалення виробничої структури підприємства:

1. *Визначення оптимальної величини підприємства.*

Оптимальна величина підприємства – це така його величина, яка за даного рівня розвитку техніки та технології, а також конкретних умов місцезнаходження і навколишнього середовища забезпечує виробництво і реалізацію продукції з мінімальними витратами.

На оптимізацію величини підприємства впливають різні чинники, що визначають технічні та економіко-організаційні умови роботи підприємства, а також сприяють підвищенню його ефективності. До цих чинників належать:

- продуктивність і потужність наявних засобів праці;
- прогресивність технологічного процесу;
- поєднання виробничих процесів;
- методи організації виробничого процесу.

2. *Поглиблення спеціалізації основного виробництва.* Ступінь удосконалення виробничої структури залежить від вибору форми спеціалізації виробничих ланок. Ці форми мають відповідати типу і масштабу виробництва і бути єдиними для однакових економічних умов. Іншими словами, удосконалюючи структуру підприємства, необхідно використовувати одні й ті самі критерії у виборі форм спеціалізації цехів та дільниць, економічно обґрунтовувати створення кожного нового структурною підрозділу.

3. *Розширення кооперації з обслуговування виробництва.* Ефективна робота основного виробництва потребує чіткого й безперебійного його обслуговування – ремонту основних фондів, забезпечення інструментом, енергією, іншими видами послуг. Завданням підприємства є виробництво кінцевої продукції, а тому основне виробництво має переважати не тільки за часткою виготовленої продукції, а й за кількістю працівників, засобів праці.

Підвищення частки обслуговування при технологічному вдосконаленні і високому рівні технізації основного виробництва пов'язане зі збільшенням різних видів допоміжних і обслуговуючих підрозділів. Водночас абсолютна кількість допоміжних і обслуговуючих працівників повинна зменшуватись під впливом удосконалення рівня організації виробництва і підвищення кваліфікації працюючих.

4. *Забезпечення високої якості продукції і послуг підприємства.*

5. *Організація аналітичної роботи різних лабораторій*: аналіз ефективності використання сировини і матеріалів; контрольно-вимірювальна діяльність; перевірка інструментів, приладів, устаткування; випробування комплектних виробів; аналіз причин поломок, простоїв.

6. *Забезпечення якості функціонування систем кругообігу й обороту фондів*. Необхідний аналіз «витрат з утримання та експлуатації устаткування в цеху», а також «загальноцехових витрат».

До складу будь-якого підприємства входять не тільки виробничі підрозділи, а й відділи апарату управління, заклади культурно-побутового призначення тощо. Тому поряд з виробничою існує загальна структура підприємства.

Загальну структуру створює сукупність усіх виробничих, невиробничих та управлінських підрозділів підприємства.

6.2 Виробнича і соціальна інфраструктура підприємства

Результативність господарської діяльності підприємства визначається рівнем організації не тільки основних виробничих процесів. За умов постійного вдосконалення технічної бази виробництва все більшого значення набувають проблеми раціональної організації допоміжних та обслуговуючих процесів, тобто розвитку інфраструктури підприємства.

Інфраструктура – це сукупність складових частин будь-якого об'єкта, що мають підпорядкований (допоміжний) характер і забезпечують умови для нормальної роботи об'єкта в цілому.

Інфраструктура підприємства – це комплекс цехів, господарств і служб підприємства, які забезпечують необхідні умови для функціонування підприємства в цілому. Розрізняють виробничу та соціальну інфраструктури.

До *виробничої* інфраструктури підприємства належать підрозділи, які не беруть безпосередньої участі у створенні

профільної продукції, але своєю діяльністю створюють умови, необхідні для роботи основних виробничих цехів. **Соціальна** інфраструктура забезпечує задоволення соціально-побутових і культурних потреб працівників підприємства.

Виробнича інфраструктура суттєво впливає на економіку підприємства. За сучасних умов господарювання у сфері технічного обслуговування виробництва на різногалузевих підприємствах працює 45-50% загальної кількості персоналу. Це зумовлено не тільки великими обсягами робіт із обслуговування основного виробництва: багато допоміжних та обслуговуючих операцій мають такий характер, що їх дуже складно механізувати.

Зростання ролі та значення виробничої інфраструктури пояснюється тим, що:

1) підвищення рівня механізації та автоматизації виробничих процесів збільшує обсяги і складність робіт із ремонту й налагоджування устаткування, потребує розширення номенклатури інструменту, оснастки та пристосувань;

2) перехід до нових технологій та інтенсифікація технологічних режимів роботи устаткування підвищують вимоги до якості та збільшують потребу в різних видах енергії;

3) ускладнення виробничих процесів і поглиблення внутрішньовиробничих зв'язків між підрозділами збільшують обсяги робіт з транспортування вантажів;

4) навантаження на комунікаційні мережі та природоохоронні споруди постійно зростають.

Необхідними умовами нормального перебігу робочих процесів на підприємстві є: постійне підтримування в робочому стані машин та устаткування, інших засобів праці; своєчасне забезпечення робочих місць сировиною, матеріалами, інструментом, енергією; виконання транспортних операцій та інших зв'язаних з ними робіт. Усе це має здійснювати ефективно діюча **система технічного обслуговування виробництва**.

У межах системи технічного обслуговування виробництва виконуються такі функції:

- ремонт технологічного, енергетичного, транспортного та іншого устаткування, догляд за ним і налагоджування;
- забезпечення робочих місць інструментом і пристосуваннями до власного виробництва, так і придбаними (купленими) у спеціалізованих виробників;
- переміщення вантажів, виконання вантажно-розвантажувальних робіт;
- забезпечення підрозділів підприємства електричною й тепловою енергією, паром, газом, стиснутим повітрям тощо;
- своєчасне забезпечення виробничих цехів (дільниць, окремих виробництв) сировиною, основними та допоміжними матеріалами, паливом;
- складування та зберігання завезених (придбаних) матеріальних ресурсів, а також напівфабрикатів, окремих складальних одиниць, готових виробів.

Ремонт машин та устаткування складаються з багатьох господарсько-конструктивних елементів, які в процесі експлуатації зазнають різних навантажень і тому зношуються нерівномірно. Виникає необхідність відновлення та заміни зношених частин устаткування, яке ще придатне для дальшого використання.

Ремонт – це процес відновлення початкової дієспроможності устаткування, яку було втрачено в результаті виробничого використання. Підрозділи, що входять до складу ремонтного господарства, здійснюють технічне обслуговування та ремонт засобів праці, монтаж і введення в дію нового устаткування, виготовлення запасних частин і нестандартного обладнання, модернізацію діючих машин та устаткування.

На практиці застосовують три *форми організації ремонтно-профілактичних робіт* залежно від масштабів виробництва:

- за *централізованої* форми весь ремонтний персонал підприємства підпорядковано головному механіку;
- *децентралізована* форма, навпаки, передбачає, що всі види ремонтних робіт виконуються персоналом цехових ремонтних баз, що їх підпорядковано начальникам цехів;
- *змішана* форма організації ремонту поєднує в собі централізацію і децентралізацію: технічне обслуговування та поточний ремонт здійснює ремонтний персонал виробничих цехів, а капітальний ремонт, модернізацію, виготовлення запасних частин і нестандартного устаткування – персонал ремонтно-механічного цеху.

Залежно від того, як визначаються потреби в ремонтних роботах розрізняють *систему планово-запобіжного ремонту (ПЗР)* і *систему ремонту за результатами технічної діагностики*.

Суть системи ПЗР полягає в тому, що всі запобіжні заходи, ремонти здійснюються відповідно до встановлених заздалегідь нормативів. Після відпрацювання кожною фізичною одиницею устаткування, одиницею транспортного засобу певної, визначеної нормативам кількості годин проводять його огляди та планові ремонти, черговість і послідовність яких залежить від призначення засобу праці, його конструктивних особливостей, умов експлуатації.

Визначення обсягів і видів ремонтних робіт у системі ремонту за результатами технічної діагностики здійснюється залежно від фактичної потреби в них після об'єктивного контролю технічного стану того чи іншого виду засобів праці.

Перша з наведених систем забезпечує більшу надійність, безперебійну експлуатацію устаткування та інших засобів праці, натомість друга є значно дешевшою.

На вітчизняних підприємствах найбільш поширеною є система ПЗР. Вона передбачає проведення технічного (міжремонтного) обслуговування конкретних засобів праці, їхніх періодичних планових ремонтів і модернізації. У

процесі технічного обслуговування усуваються дрібні несправності засобів праці, проводяться огляди стану окремих вузлів та агрегатів, здійснюється заміна мастила та регулювання певних механізмів.

Планові ремонти залежно від обсягу, складності й терміну проведення робіт поділяються на поточні та капітальні.

Поточний ремонт здійснюється для гарантованого забезпечення нормального функціонування устаткування та інших засобів праці. У процесі поточного ремонту замінюються або відновлюються окремі деталі (вузли) засобів праці, проводяться регулювальні операції.

Під час проведення *капітального ремонту* обладнання і транспортних засобів здійснюється: повне розбирання; ремонт спрацьованих деталей та вузлів (в тім числі базових); заміна тих, що не підлягають ремонту; регулювання й випробування під навантаженням.

Модернізація засобів праці (передовсім технологічного устаткування) проводиться з метою підвищення їхнього технічного рівня (розширення технологічних можливостей, зростання продуктивності) способом часткових змін конструкції.

У системі ПЗР регламентація ремонтних робіт здійснюється за допомогою кількох *нормативів*. Головними з них є:

- ремонтний цикл – проміжок часу між двома капітальними ремонтами або між початком експлуатації та першим капітальним ремонтом;
- міжремонтний період – проміжок часу роботи устаткування чи іншого засобу праці між двома суміжними (черговими) ремонтами.
- структура ремонтного циклу – перелік і послідовність планових ремонтів, процесів технічного обслуговування в межах одного ремонтного циклу;

- категорія складності ремонту – показник, який визначає трудомісткість планового ремонту того чи іншого виду технологічного устаткування проти трудомісткості ремонту (еталон фізичної одиниці).

Інструментальне господарство – це сукупність внутрішньовиробничих підрозділів підприємства, що зайняті придбанням, проектуванням, виготовленням, відновленням і ремонтом технологічної оснастки, її обліком, зберіганням і видачею на робочі місця. Поняття технологічної оснастки (інструменту) поширюється на всі види різального, вимірювального та складального інструменту, а також на штампи, прес-форми та інші пристрої.

Інструментальне господарство є одним з найважливіших елементів системи технічного обслуговування виробництва. Витрати на інструмент у масовому виробництві досягають 25-30%, у серійному 10-15%, а в дрібносерійному та одиничному – близько 5% вартості устаткування.

Підрозділи, які входять до складу інструментального господарства підприємства, виконують відповідні конкретні функції.

Інструментальний відділ займається постачанням інструментів і пристроїв, що виготовляються на спеціалізованих інструментальних заводах, а також проектуванням технологічної оснастки для власних потреб.

Інструментальний цех здійснює виготовлення, ремонт і відновлення спеціальної оснастки (інструменту) загального користування. Весь придбаний, виготовлений і відремонтований (відновлений) інструмент надходить до центрального інструментального складу. Тут здійснюється його приймання, облік, зберігання та видача цехам (дільницям, виробництвам) споживачам. Безпосереднє обслуговування робочих місць технологічною оснасткою забезпечують цехові інструментально-роздавальні комори. Вони одержують від центрального інструментального складу технологічну оснастку, зберігають її оборотний фонд,

збирають і передають до центрального складу зношений інструмент.

Керівництво інструментальним господарством здійснює головний технолог підприємства, якому підпорядковано інструментальний відділ (бюро), інструментальний цех і центральний інструментальний склад. Цехові інструментально-роздавальні комори підпорядковано начальнику відповідного цеху.

Безпосередній процес управління інструментальним господарством передбачає: визначення потреби в інструменті; організацію власного виробництва оснастки; придбання необхідного інструменту в спеціалізованих виробників (продавців); організаційно належної експлуатації інструменту виробничими підрозділами.

Розрахунки річної потреби в інструменті здійснюють, виходячи із запланованих обсягів виробництва продукції, номенклатури потрібної для цього оснастки і норм витрат інструменту. Норму витрат інструменту встановлюють залежно від типу виробництва, у масовому виробництві її розраховують на операцію, деталь або виріб. В одиничному та дрібносерійному виробництві норма витрати інструменту встановлюється в узагальненому вигляді (наприклад, на 100 годин роботи того чи іншого виду технологічного устаткування).

Обсяги власного виробництва технологічної оснастки обумовлюються загальною річною потребою в інструменті та можливостями придбання певної його частини на ринку (розміщення замовлення на виготовлення інструменту на стороні). При цьому враховується, що потреба підприємства в інструменті частково покривається за рахунок його відновлення власними силами.

Процес виготовлення продукції на підприємстві супроводжується переміщенням певної кількості різноманітних вантажів (сировини, матеріалів, палива, відходів виробництва, готової продукції), що потребує значних витрат на *транспортне обслуговування*

виробництва, чітка організація якого забезпечує поєднання всіх елементів виробничого процесу.

Комплекс підрозділів, що займається вантажно-розвантажувальними роботами та переміщенням вантажів, утворює *транспортне господарство*. Його склад залежить від характеру продукції, типу та обсягів виробництва. На підприємствах з великими обсягами перевезень вантажів організовуються спеціалізовані цехи залізничного, автомобільного та інших видів транспорту. На середніх і невеликих підприємствах створюється єдиний транспортний цех. У будь-якому разі транспортне господарство підприємства очолює начальник транспортно-технологічного відділу, до складу відділу здебільшого входять технічне бюро, бюро організації перевезень, диспетчерська служба, бюро тари.

Уся сукупність транспортних операцій на підприємстві здійснюється за допомогою трьох взаємозв'язаних видів транспорту. *Зовнішній транспорт* забезпечує зв'язок підприємства з приймальними пунктами, транспортом загального користування (залізничними станціями, водними та аеропортами), а також зі складами місцевих контрагентів. *Міжцеховий транспорт* використовується для перевезень вантажів по території підприємства (між цехами, складами). *Внутрішньоцеховий транспорт* виконує транспортні операції в межах окремого цеху. Він, у свою чергу, поділяється на *загальноцеховий* (перевезення вантажів між цеховими складами, дільницями, технологічними лініями) і *міжопераційний* (зв'язок між окремими робочими місцями).

У процесі управління транспортним господарством визначаються потоки вантажів та обсяги перевезень вантажів, здійснюється вибір і встановлюється необхідна кількість транспортних засобів складаються плани перевезень вантажів, виконується оперативна регулювання транспортного обслуговування виробництва.

В основу планування транспортного господарства беруть визначення вантажопотоків, тобто кількості вантажів

(у тоннах, кубометрах, штуках), що переміщуються в заданому напрямку на певні відстань за конкретний проміжок часу. Розміри і маршрути окремих потоків вантажів розраховуються на базі виробничої програми підприємства, норм витрати матеріальних ресурсів і відстані перевезень. Сума всіх вантажопотоків, здійснюваних усіма видами транспорту, становить річний загальний обсяг перевезень вантажів.

Вибір видів транспортних засобів залежить від обсягів перевезень, габаритів і фізико-хімічних властивостей вантажів, відстані та напрямків їх переміщення. Розрахунки необхідної кількості транспортних засобів кожного виду здійснюються з урахуванням добового обсягу перевезень вантажів, вантажопідйомності транспортних засобів і кількості рейсів за добу.

Планування роботи транспортного господарства полягає в розробці річних (квартальних) і календарних (місячних), добових планів, а також у оперативному регулюванні перевезень. У річних і квартальних планах розраховуються обсяги перевезень вантажів, кількість транспортних засобів і механізмів, обсяги вантажно-розвантажувальних робіт та інші показники господарської діяльності транспортного господарства.

Календарні плани містять завдання на місяць (добу, зміну) і складаються за окремими транспортними маршрутами. У них зазначаються види вантажів, пункти відправлення та прийняття. Час початку й закінчення перевезень.

Удосконалення техніко-технологічної бази виробництва, збільшення потужності та інтенсифікація використання машин (агрегатів) об'єктивно впливають на споживання різних видів енергії. Частка витрат на енергоресурси у структурі собівартості продукції має тенденцію до зростання, енергія (електроенергія) насамперед не може накопичуватися, тобто процес її виробництва збігається з процесом споживання, будь-які порушення

енергопостачання завдають підприємству значних збитків. Усе це підвищує значення безперешкодного функціонування *енергетичного господарства* підприємства.

До складу енергетичного господарства зазвичай входять такі окремі його види:

- електросилові – знижувальні підстанції, генераторні та трансформаторні установки, електричні мережі, акумуляторне господарство;
- теплосилові – котельні, компресори, теплосилові мережі водопостачання, каналізація;
- газові – газогенераторні станції, газові мережі, холодильні та вентиляційні установки;
- пічні – нагрівальні й термічні печі;
- слабкострумові – власна телефонна станція, різні види зв'язку (у тім числі диспетчерського та електронного);
- енергоремонтні – технічне обслуговування, ремонт і модернізація різноманітного енергообладнання.

Керівництво енергетичним господарством за значних обсягів споживання енергії здійснює головний енергетик підприємства. Безпосереднє виконання функцій енергозабезпечення виробництва покладається на відділ головного енергетика, енергоцех і відповідні лабораторії. На невеликих підприємствах енергетичне господарство підпорядковується головному механіку.

В основу організації енергогосподарства покладаються розрахунки планового і звітного енергетичного балансів підприємства. Розробка планового енергетичного балансу здійснюється з метою:

- по-перше, визначення потреби в паливі та енергії з урахуванням допустимих втрат у внутрішніх мережах (витратна частина балансу);
- по-друге, обґрунтування способів забезпечення цих потреб за рахунок виробництва енергії власними генеруючими установками, проектування оптимальних режимів їхньої роботи, одержання енергії зі сторони,

використання вторинних енергоресурсів (прибуткова частина балансу).

Звітний енергетичний баланс використовується для аналізу фактичного стану енергозабезпечення підприємства й контролю використання енергоресурсів. Він також служить вихідною базою для розробки стратегічних та оперативних заходів для об'єктивно необхідної економії паливно-енергетичних ресурсів.

Умовою безперервного перебігу виробничих процесів на підприємствах є потреба створення певних запасів сировини, матеріалів, палива, комплектувальних виробів, а також міжцехових і внутрішньоцехових запасів напівфабрикатів власного виготовлення. Усі ці запаси зберігаються на різних складах підприємства, сукупність яких утворює його *складське господарство*.

Структура складського господарства підприємства формується під впливом низки чинників, головними з яких є: номенклатура матеріалів, що споживаються; тип, рівень спеціалізації та обсяги виробництва.

Досвід господарювання підтверджує доцільність створення трьох *видів складів* на підприємствах:

- *матеріальних* (підпорядкованих відділу матеріально-технічного постачання) – для зберігання запасів сировини, матеріалів, палива, комплектувальних виробів та інших матеріальних цінностей, що надходять на підприємство ззовні;

- *виробничих* – для зберігання напівфабрикатів власного виготовлення; до них включають також центральний інструментальний склад, цехові інструментально-роздавальні комори, склади запасних частин та устаткування;

- *збутових* – для зберігання готової продукції та відходів виробництва, що підлягають реалізації; їх підпорядковано відділу збуту підприємства.

Організація складського господарства передбачає приймання, розміщення, зберігання, підготовку до

виробничого використання, видачу та облік руху матеріальних ресурсів.

Завезення матеріалів на склади підприємства здійснюється відповідно до оперативних планів відділу матеріально-технічного постачання. Матеріали, що надходять, обов'язково підлягають кількісному та якісному прийманню. Кількісне приймання означає перевірку відповідності кількості, обсягів і номенклатури матеріалів записам у супровідних документах. Якісне приймання проводиться з метою встановлення відповідності одержаних вантажів стандартам, технічним умовам, зразкам та іншим вимогам, обумовленим у договорі поставки.

Розміщення і зберігання матеріальних ресурсів на складах підприємства може здійснюватися трьома *способами*:

- *сортове розміщення* – передбачає закріплення за кожним видом матеріалів постійного місця його зберігання;
- *партіонне розміщення* – кожна партія матеріалів, що надійшла на підприємство, зберігається окремо;
- *комплектне розміщення* – є різновидом сортового та означає розміщення матеріалів комплектами, що відпускаються у виробництво.

Важливою функцією складського господарства є також підготовка матеріалів до виробничого використання, тобто комплектування, нарізування, розкрій тощо. Ці роботи виконують заготівельні відділення (дільниці) матеріальних складів підприємства. Видача матеріалів зі складів здійснюється в межах ліміту, що розраховує відділ постачання, виходячи з виробничої програми та відповідних витрат матеріальних ресурсів.

Для досягнення високих виробничо-господарських результатів важливо створити комфортне соціальне середовище, сприятливий психологічний клімат у трудовому колективі, тобто сформувати активно функціонуючу *соціальну інфраструктуру*. Усе це безпосередньо впливає на

рівень продуктивності праці та кінцеві результати діяльності підприємства.

План соціального розвитку підприємства має передбачати заходи для посилення трудової та творчої активності, зокрема ті, що сприяють розвитку раціоналізаторства й науково-технічної творчості працівників.

Головні аспекти плану соціального розвитку підприємства мають бути узгоджені з відповідними територіальними планами. Це зв'язано з тим, що чимало соціальних проблем за своїм значенням і можливостями розв'язання виходять за межі окремого підприємства.

В цілому успішне господарювання в ринкових умовах неможливе без збалансованого розвитку як основного виробництва, так і виробничої та соціальної інфраструктур підприємства.

6.3 Відтворення і розвиток виробничих та інфраструктурних об'єктів підприємства

Формування, відтворення й розвиток виробничих та інфраструктурних об'єктів здійснюються в процесі капітального будівництва, яке об'єктивно вважають специфічним елементом інфраструктури підприємства.

Капітальне будівництво – це процес створення нових, реконструкції, розширення й технічного переоснащення діючих виробничих та інфраструктурних об'єктів підприємств або інших первинних суб'єктів господарювання.

До сфери капітального будівництва відносять:

- спорудження будівель та об'єктів виробничого та невиробничого (соціального) призначення;
- монтаж виробничого й невиробничого устаткування та інших засобів праці й соціальної діяльності;

- проектно-пошукові та інші підготовчі роботи, зв'язані зі спорудженням нових і реконструкцією функціонуючих об'єктів виробничого й соціального призначення;
- капітальний і відновлюваний ремонт будівель і споруд виробничого та соціального призначення.

Планування капітального будівництва об'єктів будівництва виробничого й соціального призначення має певні особливості. Основу планування капітального будівництва виробничих об'єктів становлять розрахунки введення в дію виробничих потужностей, основних фондів і кошторисної вартості будівництва (реконструкції, розширення) відповідних об'єктів.

Головна мета й кінцевий результат капітального будівництва – введення в дію нових виробничих потужностей.

Планування його обсягів на підприємстві здійснюється в такій послідовності.

1. Уточнюються розрахунки балансу виробничих потужностей підприємства за відповідною номенклатурою продукції. З цією метою перевіряються: наявність виробничих потужностей на початок планового періоду; розрахунки їхнього використання; строки освоєння проектних потужностей об'єктів, що їх було раніше введено в дію.

2. Оцінюються можливості приросту виробничих потужностей за рахунок проведення організаційно-технічних заходів, технічного переоснащення та реконструкції.

3. Визначаються необхідні обсяги введення в дію нових виробничих потужностей за рахунок розширення діючих виробничих об'єктів чи нового будівництва. Вони розраховуються як різниця між запланованим збільшенням обсягів виробництва відповідної продукції та максимально можливим приростом потужностей на діючих виробничих об'єктах за рахунок їхнього технічного переоснащення й реконструкції.

У процесі планування капітального будівництва важливо визначити не тільки обсяги введення в дію виробничих потужностей, а й витрати, що з цим пов'язані. Це необхідно для того, щоб обґрунтувати економічну доцільність будівництва (розширення, реконструкції), вибрати оптимальний варіант здійснення капітальних вкладень, своєчасно розраховуватись за виконані будівельно-монтажні роботи, придбане устаткування тощо. З цією метою визначають кошторисну вартість робіт, яка, власне, і буде ціною спорудження певного об'єкта.

Кошторисна вартість будівництва – це виражені в грошовій формі нормативні (проектні) витрати на: будівельно-монтажні роботи; придбання устаткування, інструменту, інвентарю; проведення проектно-пошукових робіт; покриття інших витрат, пов'язаних з будівництвом. Усі витрати, що передбачаються в кошторисах вартості будівельно-монтажних робіт, поділяються на:

- *прямі* витрати (основна заробітна плата будівельних робітників; вартість будівельних матеріалів, деталей, конструкцій; витрати на експлуатацію будівельних машин і механізмів);

- *накладні* витрати (витрати на обслуговування та управління будівництвом);

- *планові* накопичення (нормативний прибуток будівельних організацій, що встановлюється у відсотках до суми прямих і накладних витрат).

Завдання введення в дію основних фондів визначаються як різниця між кошторисною вартістю будівництва об'єктів, що їх буде введено в дію в плановому періоді, та витратами, що не утворюють вартості основних фондів.

Конкретизація завдань плану капітального будівництва і доведення цих завдань до виконавців здійснюється за допомогою титульних списків будівель.

Титульний список – це плановий документ, в якому встановлено строки початку й закінчення будівництва (розширення, реконструкції) об'єктів, їхню потужність,

загальні витрати на спорудження, на будівельно-монтажні роботи, щорічні Розміри введення в дію основних фондів, названо підрядні та пробні організації, що виконуватимуть відповідні роботи, а також постачальників устаткування.

За подібною схемою здійснюється планування капітального будівництва й об'єктів соціального призначення. Принциповою його особовістю є лише те, що планування капітального будівництва об'єктів соціальної інфраструктури здійснюється з урахуванням їхньої так званої пропускної спроможності (кількість місць у їдальні, дитячому садку; кількість щоденних відвідувань поліклініки тощо).

Початковим етапом капітального будівництва є його *проекткування*. *Проект* як кінцевий результат процесу проектування – це комплекс документів в яких обґрунтовується технічна можливість та економічна доцільність будівництва (реконструкції) певного об'єкта. Процес проектування здійснюється, як правило, спеціалізованими проектними організаціями. Він охоплює два послідовні етапи робіт:

- 1) збирання й підготовка необхідних для проектування матеріалів;
- 2) безпосереднє опрацювання проектів і розрахунки кошторисів.

На першому етапі розробляється *техніко-економічне обґрунтування* (ТЕО) необхідності та доцільності будівництва (розширення, реконструкції) відповідного об'єкта.

Типовий зміст ТЕО:

- обґрунтування потреб у продукції (послугах) об'єкта, що передбачається будувати (розширювати, реконструювати);
- характеристика спеціалізації (призначення) та структури об'єкта, його проектної потужності (пропускної спроможності);

- характеристика можливих джерел забезпечення необхідними категоріями персоналу, матеріальними й фінансовими ресурсами;
- вибір територіального розміщення об'єкта (за спорудження нового об'єкта);
- орієнтовні розрахунки обсягів необхідних інвестицій та їхньої соціально-економічної ефективності;
- найважливіші проектні техніко-економічні й соціальні показники діяльності нового (реконструйованого) об'єкта.

На підставі затвердженого ТЕО замовник разом з проектною організацією складає завдання на розробку технічного проекту, в якому міститься вся необхідна для проектування інформація, зокрема: показники ефективності виробництва (діяльності) й капітальних вкладень, вимоги щодо використання досягнень науково-технічного та організаційного прогресу тощо.

Другий етап – безпосередньо проектування. Залежно від розмірів і складності об'єкта, що проектується, цей етап може здійснюватися в одну або дві стадії. Для великих і складних об'єктів процес проектування охоплює дві стадії:

- 1) розробку технічного проекту;
- 2) опрацювання робочих креслень.

До складу *технічного проекту* входить кілька розділів, найважливішими з яких є: економічна частина, генеральний план і транспорт, технологічна частина, будівельна частина, організація будівельних робіт, кошторисна документація. Технічний проект разом зі зведеним кошторисно-фінансовим розрахунком підлягає затвердженню замовником. Після цього він стає підставою для фінансування будівництва (розширення, реконструкції) об'єкта, замовлення устаткування та опрацювання робочих креслень. За виготовленими робочими кресленнями безпосередньо здійснюються будівельно-монтажні роботи.

Для об'єктів, будівництво яких ведеться за типовими проектами, або для невеликих і технічно нескладних об'єктів проектування здійснюється в одну стадію – через розробку

техно-робочого проекту, тобто технічного проекту з робочими кресленнями.

Капітальне будівництво (розширення, реконструкція вантажних робіт) об'єктів будь-якого призначення може здійснюватися двома *способами*: підрядним і господарським.

Підрядний спосіб будівництва – це здійснення робіт (діючими будівельними і монтажними організаціями підрядчиками), які виконують відповідні роботи для різних замовників згідно з підрядним договором, підрядник бере на себе зобов'язання виконати своїми силами будівництво об'єкта за проектом із дотриманням будівельних норм і правил. Замовник повинен надати підрядчику будівельний майданчик, затверджену проектно-кошторисну документацію, забезпечити своєчасне фінансування будівництва і надходження технологічного устаткування, а також прийняти завершений об'єкт і повністю розрахуватися з підрядчиком за виконані останні роботи.

Для виконання окремих комплексів робіт підрядчик має право залучати інші спеціалізовані організації за договором субпідряду Проте відповідальність перед замовником за якісне і своєчасне виконання всіх робіт несе основний (генеральний) підрядчик.

Господарський спосіб будівництва означає виконання всього комплексу робіт самим забудовником (підприємством, організацією) власними силами. У цьому разі підприємство (організація) забудовник виступає в ролі керівника будівництва й виконавця будівельно-монтажних робіт одночасно. З цією метою воно (вона) створює на період будівництва необхідний апарат управління та виробничу базу, здійснює на тимчасовій основі наймання необхідних працівників і залучення відповідної будівельної техніки.



ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Поняття виробничої структури підприємства.
2. Принципи класифікації виробничої структури.
3. Комплексна та спеціалізована структури виробництва.
4. Фактори впливу на формування виробничої структури підприємств.
5. Виробнича інфраструктура підприємства.
6. Соціальна інфраструктура підприємства.
7. Складові виробничої інфраструктури підприємства.
8. Капітальне будівництво та його основні складові.
9. Методика планування капітального будівництва.
10. Способи здійснення будівельно-монтажних робіт.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Класифікація і структура підприємств.
2. Оптимізація організаційної структури підприємства.
3. Державне підприємство: сучасний підхід до його розвитку.
4. Управління і структура підприємств.
5. Виробнича інфраструктура підприємства.
6. Розвиток соціальної інфраструктури підприємства.
7. Комплексна та спеціалізована структура виробництва.
8. Поняття, види і значення інфраструктури підприємства.
9. Соціальна інфраструктура та соціальна діяльність підприємства.
10. Договори підряду в капітальному будівництві.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Внутрішній устрій, який характеризує склад підрозділів і систему зв'язків, підпорядкованості та взаємодії між ними, називається:
а) організацією;

- б) структурою;
 - в) системою;
 - г) підприємством.
2. Сукупність взаємопов'язаних основних, допоміжних та обслуговуючих процесів, у результаті яких вихідні матеріали перетворюються на готову продукцію – це процес:
- а) виробничий;
 - б) технологічний;
 - в) основний;
 - г) допоміжний.
3. Виробнича структура, в якій головним виробничим підрозділом підприємства є адміністративне відокремлена частина підприємства, де виконується комплекс робіт відповідно до внутрішньої спеціалізації – це:
- а) цехова;
 - б) безцехова;
 - в) корпусна;
 - г) комбінатська.
4. Виробнича структура, основою побудови якої є найменша адміністративно-виробнича ланка (дільниця), в якій колектив працівників виконує однотипні технологічні роботи з виробництва однотипного продукту – це:
- а) безцехова;
 - б) цехова;
 - в) корпусна;
 - г) комбінатська.
5. Виробнича структура, яка визначає послідовність використання засобів праці у технологічному процесі, застосування високопродуктивного обладнання, інструментів, штампів тощо – це :
- а) предметна виробнича;
 - б) предметно-технологічна;
 - в) технологічна;
 - г) технічна.
6. Виробнича структура, яка характеризує наявність на одному й тому самому підприємстві основних цехів, які

організовані за предметним та технологічним принципом – це:

- а) предметно-технологічна;
 - б) технологічна;
 - в) предметна виробнича;
 - г) технічна.
7. Підрозділи, які не беруть безпосередньої участі у створенні профільної продукції, але своєю діяльністю створюють умови, необхідні для роботи основних виробничих цехів, відносяться до інфраструктури:
- а) технічної;
 - б) соціальної;
 - в) виробничої;
 - г) ринкової.
8. Підрозділи, які забезпечують задоволення соціально-побутових і культурних потреб працівників підприємства відносять до інфраструктури:
- а) соціальної;
 - б) виробничої;
 - в) ринкової;
 - г) технологічної.
9. Система технічного обслуговування виробництва складається з:
- а) ремонтного господарства, складського господарства;
 - б) інструментального господарства;
 - в) транспортного господарства, енергетичного господарства;
 - г) всі відповіді вірні.
10. Підрозділи, які здійснюють технічне обслуговування та ремонт засобів праці, монтаж і введення і дію нового устаткування, виготовлення запасних частин і нестандартного обладнання, модернізацію діючих машин і устаткування відносяться до господарства:
- а) ремонтного;
 - б) інструментального;
 - в) енергетичного;
 - г) складського.

11. Процес створення нових, реконструкції, розширення й технічного переоснащення діючих виробничих та інфраструктурних об'єктів підприємств або інших первинних суб'єктів господарювання – це:

- а) капітальне будівництво;
- б) відновлюване будівництво;
- в) поглиблене будівництво;
- г) вірна відповідь відсутня.

12. Виконання всього комплексу робіт самим забудовником за допомогою створення на час будівництва необхідного апарату управління та виробничої бази, наймання необхідних працівників і залучення необхідної будівельної техніки – це спосіб будівництва:

- а) господарський;
- б) підрядний;
- в) підсобний;
- г) вірна відповідь відсутня.

ОРГАНІЗАЦІЙНІ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

- 7.1 Характеристика організаційної структури управління підприємства.
- 7.2 Основні типи організаційних структур управління.
- 7.3 Основи проектування організаційних структур управління.

Ключові терміни

- *структура управління*
- *департаменталізація*
- *елементи організаційних структур*
- *типи повноважень*
- *типи організаційних структур*

7.1 Характеристика організаційної структури управління підприємства

Організація (як функція управління) – це процес створення структури підприємства, яка дає можливість людям ефективно працювати разом для досягнення поставлених цілей.

Існує два основні аспекти організаційного процесу:

- поділ організації на підрозділи (відповідно цілям і стратегіям);
- співвідношення повноважень, які зв'язують вище керівництво з нижчими рівнями.

Процес поділу організації на окремі блоки (підрозділи) називають **департаменталізацією**.

Ці блоки можуть називатися відділами, відділеннями, секторами, підрозділами і т.д. Існує багато різних систем департаменталізації (інакше – «систем поділу») організації. Так як департаменталізація – це процес поділу організації на окремі підрозділи, то дане поняття відноситься до рівня взаємодії «підрозділ – підрозділ».

Виділяють такі типи департаменталізації: лінійний, функціональний і дивізіональний.

Лінійна департаменталізація припускає відносну автономність в роботі. Такою автономністю, наприклад, володіє заводський робітник в бригаді. Даний тип департаменталізації характеризується в цілому простотою, одномірністю зв'язків (тільки вертикальні зв'язки) і можливістю самоврядування (відносна автономність). Тому, даний тип широко використовується при організації робіт у низових виробничих ланках сімейного або дрібного бізнесу.

Функціональна департаменталізація – це процес поділу організації на окремі підрозділи, кожне з яких має чітко визначені функції та обов'язки. Функціональна департаменталізація характеризується групуванням підрозділів, відділів навколо ресурсів. Так, відділ планування управляє таким ресурсом, як час, відділ кадрів – людьми, відділ фінансів – грошима, відділ інформаційних зв'язків – інформацією і т.д. Вона більш характерна для малопродуктових сфер діяльності: для підприємств, що виробляють переважно один – два основних види продукції або надають один певний вид послуг.

Конкретна діяльність того чи іншого підрозділу відповідає найбільш важливим напрямкам діяльності організації. Підприємства, організовані за принципом функціональної департаменталізації, зазвичай мають у своїй структурі відділи виробничий, маркетинговий, фінансовий. В залежності від специфіки діяльності організації можливі й інші підрозділи.

Якщо розміри організації великі, то проводиться подальше розбиття підрозділів на більш дрібні (вторинні).

При цьому зазвичай керуються двома принципами – раціональної спеціалізацією підрозділів і нормами керованості.

Вважається, що функціональна департаменталізація більш ефективна для організацій, що функціонують в стабільних зовнішніх умовах.

Для організацій з широкою номенклатурою продукції при швидко мінливих зовнішніх умовах, при декількох ринках збуту більш ефективна *дивізійна структура*.

Основною метою дивізійної департаменталізації є забезпечення більш ефективної та адекватної реакції на зміни зовнішнього середовища з урахуванням основного принципу диверсифікації, прийнятого в організації.

Дивізійні структури підприємств, що виробляють різну продукцію, доцільно будувати по продуктовому принципу. Передбачається передача повноважень по виробництву і реалізації кожного з основних продуктів одному керівнику. При цьому керівники відповідних вторинних функціональних служб підкоряються цьому керівнику.

Дивізійні структури, що виникають при дивізійної департаменталізації, отримали назву *продуктових*. Основною перевагою продуктових систем є те, що в фірмах, що використовують їх, з кожним окремо взятим продуктом працюють так само успішно, як у малій фірмі, що виробляє тільки цей продукт.

У них, як правило, чітко визначено, хто відповідає за отримання прибутку, чітко поставлений контроль і графік відвантажень, чітко виражена орієнтація на маркетингову політику. Такі організації більш адекватно реагують на зміни зовнішнього середовища.

Засобом, за допомогою якого керівництво встановлює співвідношення повноважень, являється *делегування*. Делегування означає передачу завдань і повноважень особі, яка бере на себе відповідальність за їх виконання. Якщо завдання не делеговане іншому робітнику, керівник буде змушений виконувати його сам.

Делегування тісно пов'язане з такими категоріями, як повноваження і відповідальність.

Обов'язок виконувати поставлені завдання і відповідати за їх задовільне виконання являє собою *відповідальність*. Тобто спочатку необхідно визначити відповідальних осіб, а потім делегувати їм свої повноваження. Кожний з працівників, укладаючи контракт з організацією, бере на себе визначені обов'язки.

Повноваження являють собою обмежене право використовувати ресурси організації для виконання делегованих завдань. Тобто особа в організації приймає відповідальність за задовільне виконання завдання, а організація надає цій особі необхідні ресурси. При цьому керівництво делегує разом із завданнями повноваження.

Розрізняються лінійні та апаратні (штабні) повноваження.

Лінійні – це такі повноваження, які передаються безпосередньо від начальника до підлеглого і далі вниз по ієрархічних сходинках. Саме лінійні повноваження надають керівнику законну владу для спрямування своїх підлеглих на досягнення поставлених цілей.

Розглядаючи *штабні* повноваження, зазначимо, що виділяють три типи штабів: консультативний апарат; обслуговуючий апарат; особистий апарат.

Консультативний апарат – він може діяти в організації на постійній основі або тимчасово, коли запрошуються спеціалісти в якійсь галузі для консультації керівництва, менеджерів, лінійних керівників.

Обслуговуючий апарат, тобто організація, має апарат, який надає певні послуги.

Особистий апарат – це різновид обслуговуючого апарату, коли керівник наймає секретаря або помічника. Обов'язки особистого апарату полягають у тому, щоб виконувати розпорядження керівника.

Існує наступна класифікація основних видів штабних повноважень :

- *рекомендаційні повноваження* – коли апаратні повноваження зводяться до рекомендаційних, вважається, що лінійне керівництво буде звертатися за консультаціями до консультативного апарату тільки тоді, коли будуть потрібні його знання. У цьому випадку консультативний апарат дає рекомендації і поради.

- *паралельні повноваження* – вище керівництво може розширити обсяг повноважень штабного апарату, надаючи йому право відхиляти рішення лінійного керівництва. Тобто метою паралельних повноважень є встановлення системи контролю для урівноваження влади і запобігання грубим помилкам у керівництві.

- *функціональні повноваження* – апарат, який володіє функціональними повноваженнями може як запропонувати, так і заборонити якісь дії в області своєї функціональної компетенції.

Будову та внутрішню форму організації відображає «структура». Структура сприяє збереженню стійкого стану організації на ринку, є показником її організованості.

Отже, *організаційна структура управління* – це форма системи управління, яка визначає склад, взаємодію та підпорядкованість її елементів, це конструкція організації, на основі якої здійснюється управління фірмою.

Організаційна структура управління відображає організаційний бік відносин управління і забезпечує єдність рівнів і ланок управління у їх взаємозв'язку.

Ланка управління – це відокремлений орган (працівник), наділений управлінськими функціями, правами їх реалізації, визначеною відповідальністю за виконання функцій та використання прав.

Рівень управління – сукупність ланок управління на певній сходинці ієрархії. Рівні управління, поєднуючи різні ланки, характеризують рівень концентрації процесу управління і послідовність підпорядкування одних ланок іншим.

Основними елементами організаційної структури управління є:

- склад та структура функцій управління;
- кількість працівників для реалізації кожної управлінської функції;
- професійно-кваліфікаційний склад працівників апарату управління;
- склад самостійних структурних підрозділів;
- кількість рівнів управління та розподіл працівників між ними;
- порядок інформаційних зв'язків.

Отже, чим досконалішою є організаційна структура управління, тим ефективніший вплив управління на процес виробництва (надання послуг). Для цього організаційна структура повинна відповідати певним вимогам, тобто повинна бути:

- адаптивною тобто здатною пристосуватися до змін зовнішнього середовища;
- гнучкою, динамічною – здатною миттєво реагувати на зміну попиту, вдосконалення технології виробництва, появу інновацій;
- адекватною – відповідною параметрам керованої системи;
- спеціалізованою – функціонально замкненою у структурних підрозділах з обмеженням та конкретизацією сфери діяльності кожної керівної ланки;
- оптимальною – з дотриманням раціональних зв'язків між рівнями та ланками управління;
- оперативною – здатною запобігти невідворотним змінам керованої системи за час прийняття рішення;
- надійною – здатною гарантувати достовірність передачі інформації;
- економічною – з відповідністю адміністративних витрат вимогам підприємства;

- простою (легкою для розуміння персоналу та пристосування до обраної форми управління й участі в досягненні мети організації).

На побудову організаційних структур управління впливає система факторів. До найбільш вагомих факторів належать:

- розміри підприємства (середнє, мале, крупне);
- виробничий профіль (спеціалізація на виробництві одного виду продукції або широкої номенклатури виробів різних галузей);
- характер продукції, що виробляється, та технологія її виробництва (продукція видобувних чи обробних галузей, масове чи серійне виробництво);
- сфера інтересів (орієнтація на місцевий, національний чи зовнішній ринок);
- масштаби зовнішньоекономічної діяльності і форми її здійснення (наявність дочірніх підприємств за кордоном, в тому числі виробничих, збутових тощо);
- характер об'єднання (концерн, фінансово-промислова група тощо).

7.2 Основні типи організаційних структур управління

В економічній літературі можна зустріти величезну кількість назв видів організаційних структур управління. З усієї різноманітності організаційних структур управління дуже чітко виділяються дві великі групи. Це – ієрархічні й адаптивні організаційні структури.

1. *Ієрархічні організаційні структури* (їх ще іноді називають: формальні, механістичні, бюрократичні, класичні, традиційні) характеризуються твердою ієрархією влади на підприємстві, формалізацією правил і процедур, які використовуються централізованим прийняттям рішень, вузько визначеною відповідальністю в діяльності.

Ієрархічні структури управління мають багато різновидів (рис. 7.1).



Рис. 7.1 Класифікація ієрархічних структур управління

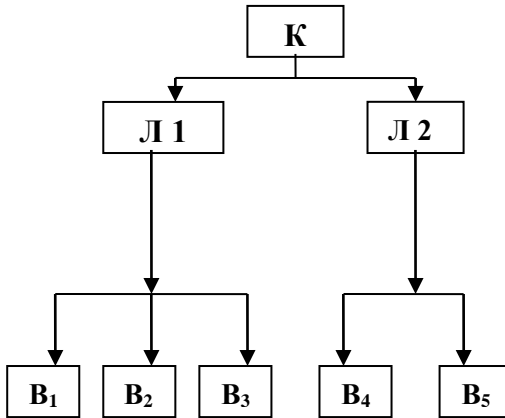
Різновиди ієрархічних структур управління виникали відповідно до принципів, які були сформульовані ще на початку ХХ століття. При цьому головна увага приділялася поділу праці на окремі функції.

Елементарна організаційна структура відображає дворівневий поділ, що може існувати тільки на малих підприємствах. За такої структури в організації виділяється верхній рівень (керівник) і нижчий рівень (виконавець).

До елементарних структур можна віднести лінійні та функціональні організаційні структури управління. Ці види

структур, як самостійні, не використовуються жодним великим підприємством.

Лінійна структура управління (рис. 7.2) дуже проста за своєю суттю: основним принципом є вертикальна ієрархія, тобто підпорядкованість ланок управління знизу доверху.



К – генеральний керівник;

Л- лінійний керівник;

В- виконавець

Рис. 7.2 Лінійна структура управління підприємством

За лінійної структури управління дуже чітко здійснюється принцип єдиноначальності: кожен підрозділ очолює керівник, наділений усіма повноваженнями, який здійснює одноособове керівництво підлеглими йому ланками і який зосереджує у своїх руках усі функції управління. Керівники підрозділів нижчих ступенів безпосередньо підпорядковуються тільки одному керівнику більш високого рівня управління, вищий орган управління не має права віддавати розпорядження виконавцям, минаючи їхнього безпосереднього керівника.

Перевагами організаційної структури управління лінійного типу є: чіткість взаємовідносин, однозначність команд, оперативність підготовки та реалізації управлінських рішень, надійний контроль.

Недоліками є велике інформаційне перевантаження керівника, величезний потік документів, множинність контактів із підлеглими, вищими суміжними ланками; високі вимоги до керівника; пристосованість до вирішення тільки оперативних і поточних завдань; відсутність гнучкості; невідповідність до зростаючих вимог сучасного виробництва.

Лінійна організаційна структура управління застосовується, як правило, лише в низових виробничих ланках (у групах, бригадах тощо), а також на малих підприємствах у початковий період їхнього становлення.

Для *функціональної структури управління* характерне створення структурних підрозділів, кожен з яких має свої чітко визначені, конкретні завдання й обов'язки (рис. 7.3).

Отже, в умовах даної структури кожен орган управління, а також виконавець спеціалізуються на виконанні окремих видів управлінської діяльності (функцій). Створюється апарат фахівців, що відповідають тільки за визначену ділянку роботи.

В основі функціональної структури управління покладено принцип повного розпорядництва: виконання вказівок функціонального органу в межах його компетенції обов'язкове для підрозділів.

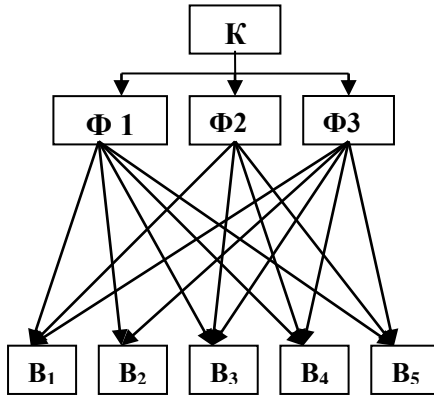


Рис. 7.3 Функціональна структура управління підприємством

Перевагами функціональної структури управління є висока компетентність фахівців, що відповідають за виконання конкретних функцій; спеціалізація підрозділів на виконанні певного виду управлінської діяльності, ліквідація дублювання у виконанні завдань управління окремими службами.

Недоліками є: порушення принципу повноправного розпорядництва, принципу єдиноначальності; тривала процедура прийняття рішень; труднощі підтримки постійних взаємозв'язків між різними функціональними службами; неузгодженість і дублювання вказівок і розпоряджень, які одержують виконавці «зверху»; кожен функціональний керівник і функціональний підрозділ ставлять свої питання на перше місце, не погоджуючи їх із необхідністю досягнення поставлених перед підприємством цілей.

Деякою мірою ліквідації недоліків лінійної і функціональної організаційних структур сприяють лінійно-штабна і лінійно-функціональна структури управління, що передбачають функціональний поділ управлінської праці в підрозділах різних рівнів і поєднання лінійного і функціонального принципів управління.

В основі *лінійно-штабної структури управління* полягає лінійна структура, але при лінійних керівниках створюються спеціальні підрозділи (штабні служби), що спеціалізуються на виконанні визначених управлінських функцій (рис. 7.4).

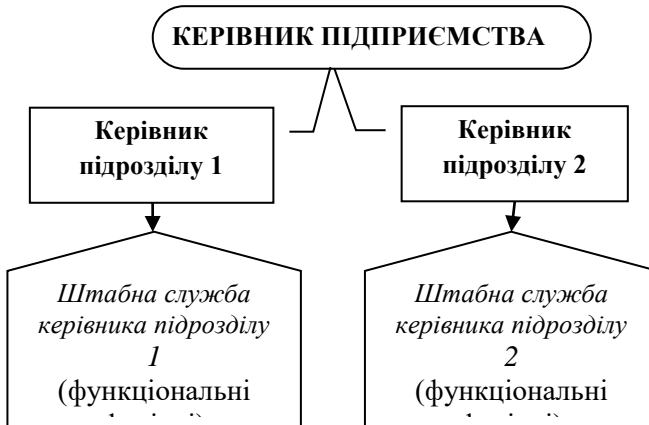
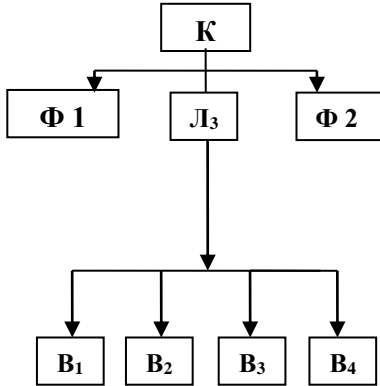


Рис. 7.4 Лінійно-штабна структура управління підприємством

Ці служби не мають права прийняття рішень, а лише забезпечують силами своїх фахівців більш кваліфіковане виконання лінійним керівником своїх обов'язків. Діяльність функціональних фахівців у цих умовах зводиться до пошуку найбільш раціональних варіантів вирішення завдань. Остаточне ухвалення вирішення і передача його підлеглим для виконання здійснюється лінійним керівником. В умовах цього виду структур управління зберігається принцип єдиноначальності. Важливим завданням лінійних керівників при цьому стає координація дій функціональних служб (ланок) і направлення їх у русло загальних інтересів організації.

Лінійно-функціональна структура – найпоширеніша серед структур ієрархічного типу, яка й дотепер широко використовується в усьому світі, функціональні підрозділи можуть самі віддавати розпорядження нижчим ланкам, але не з усіх, а з обмеженого кола питань, які обумовлені їх



функціональною спеціалізацією(рис. 7.5).

Рис. 7.5 Лінійно-функціональна структура управління

Основу лінійно-функціональних структур складає, крім лінійних принципів керівництва, спеціалізація управлінської діяльності за функціональними підсистемами підприємства (маркетинг, дослідження й розробки, виробництво, фінанси й економіка, персонал тощо), а також «шаховий» принцип побудови. Цей принцип означає, що в кожній функціональній підсистемі формується ієрархія служб («шахта»), що пронизує все підприємство з верху до низу.

Переваги лінійно-функціональної структури управління: стимулювання ділової і професійної спеціалізації; висока виробнича реакція підприємства (побудована на вузькій спеціалізації виробництва і вузькій кваліфікації фахівців); зменшення дублювання у

функціональних ділянках; поліпшення координації діяльності у функціональних ділянках.

Незважаючи на переважне поширення лінійно-функціональних структур управління, вони мають ряд *недоліків*:

- розмивання розробленої стратегії розвитку підприємства: підрозділи можуть бути зацікавлені в реалізації тільки своїх локальних цілей і завдань більшою мірою, ніж усього підприємства в цілому, тобто ставити свої власні цілі вище від цілей всього підприємства;

- відсутність тісних взаємозв'язків і взаємодії на горизонтальному рівні між підрозділами;

- різке збільшення обсягу роботи керівника підприємства і його заступників через необхідність узгодження дій різних функціональних служб; надмірно розвинута система взаємодії по вертикалі;

- втрата гнучкості у взаємовідносинах працівників апарату управління через застосування формальних правил і процедур;

- слабка інноваційна та підприємницька реакція підприємства неадекватне реагування на вимоги зовнішнього середовища;

- ускладнення й уповільнення передачі інформації, що позначається на швидкості й своєчасності прийняття управлінських рішень; ланцюг команд від керівника до виконавця стає занадто довгим, що ускладнює комунікацію.

Лінійно-функціональні структури управління найбільш ефективні там, де апарат управління виконує рутинні завдання і функції, також ті що часто повторюються і рідко змінюються, тобто на тих підприємствах, що функціонують в умовах вирішення стандартних управлінських проблем. Позитивні якості цих структур виявляються в керуванні підприємствами з масовим чи великомасштабним типом виробництва, у виробництвах, що випускають відносно обмежену номенклатуру продукції. Вони найбільш ефективні за господарського механізму витратного типу, коли

виробництво мало схильне до прогресу в галузі науки і техніки. Лінійно-функціональні структури успішно застосовуються на підприємствах, що діють у стабільних зовнішніх умовах.

Дивізійні структури – структури, засновані на виділенні великих автономних виробничо-господарських підрозділів (відділень, дивізіонів) і відповідних їм рівнів управління з наданням цим підрозділам оперативно-виробничої самостійності і з перенесенням на цей рівень відповідальності за одержання прибутку.

Ці структури виникли як реакція на недоліки лінійно-функціональних структур. Необхідність їхньої реорганізації була викликана різким збільшенням розмірів компаній, ускладненням технологічних процесів, диверсифікованістю й інтернаціоналізацією їхньої діяльності.

Під *відділенням (дивізіоном)* мається на увазі організаційна товарно-ринкова одиниця, що має всередині необхідні власні функціональні підрозділи. На відділення покладається відповідальність за виробництво і збут визначеної продукції й одержання прибутку, в результаті чого управлінський персонал верхнього ешелону підприємства вивільняється для вирішення стратегічних завдань.

Дивізійний підхід забезпечує більш тісний зв'язок виробництва із споживачами, істотно прискорюючи його реакцію на зміни, що відбуваються в зовнішньому середовищі.

Дивізійні структури характеризуються повною відповідальністю керівників відділень за результати діяльності очолюваних ними підрозділів. У зв'язку з цим найважливіше місце в керуванні підприємствами з дивізійною структурою займають не керівники функціональних підрозділів, а керівники, що очолюють виробничі відділення.

Структуризація підприємства за дивізіонами здійснюється за одним із трьох принципів:

- за продуктивим – з урахуванням особливостей продукції, що випускається, чи наданих послуг;
- залежно від орієнтації на конкретного споживача;
- за регіональним – залежно від територій, що обслуговуються.

У зв'язку з цим виділяється три *типи дивізійних структур*:

- дивізійно-продуктові структури;
- організаційні структури, орієнтовані на споживача;
- дивізійно-регіональні структури.

За дивізійно-продуктової структури повноваження з керівництва виробництвом і збутом якого-небудь продукту чи послуги передаються одному керівнику, що є відповідальним за даний вид продукції (рис. 7.6).

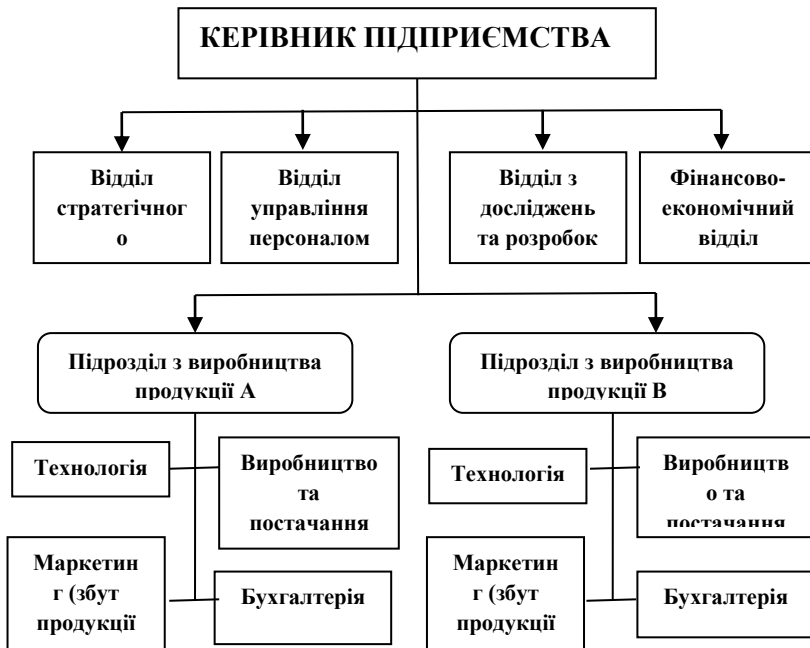


Рис. 7.6 Дивізійно-продуктова структура управління

Підприємства за такою структурою здатні швидше реагувати на зміни умов конкуренції, технології і купівельного попиту. Діяльність з виробництва визначеного виду продукції знаходиться під керівництвом однієї людини, що поліпшує координацію робіт.

Можливий недолік продуктової структури полягає у збільшенні витрат внаслідок дублювання тих самих видів робіт для виробництва різних видів продукції. У кожному продуктовому відділенні створюються свої функціональні підрозділи.

Створюючи *організаційні структури, орієнтовані на споживача*, підрозділи групуються навколо визначених груп споживачів (наприклад, армія та цивільні галузі, продукція виробничо-технічного і культурно-побутового призначення). Мета такої організаційної структури полягає в задоволенні потреби конкретних споживачів. Як приклад організації, що використовують організаційні структури управління, орієнтовані на споживача – комерційні банки. Основними групами споживачів послуг у даному випадку будуть: індивідуальні клієнти, підприємства, інші банки, міжнародні фінансові організації.

Якщо діяльність підприємства поширюється на кілька регіонів, у яких потрібно використовувати різні стратегії, то доцільно формувати дивізійну структуру управління за територіальним принципом, тобто застосовувати *дивізійно-регіональну структуру* (рис. 7.7).

Вся діяльність підприємства у визначеному регіоні в цьому випадку повинна підкорятися відповідному керівнику, що несе за неї відповідальність перед вищим керівним органом фірми. Дивізійно-регіональна структура полегшує вирішення проблем, які пов'язані з місцевими звичаями, особливостями законодавства і соціально-економічного середовища регіону. Територіальний розподіл створює умови для підготовки управлінського персоналу відділень (дивізіонів) безпосередньо на місці.

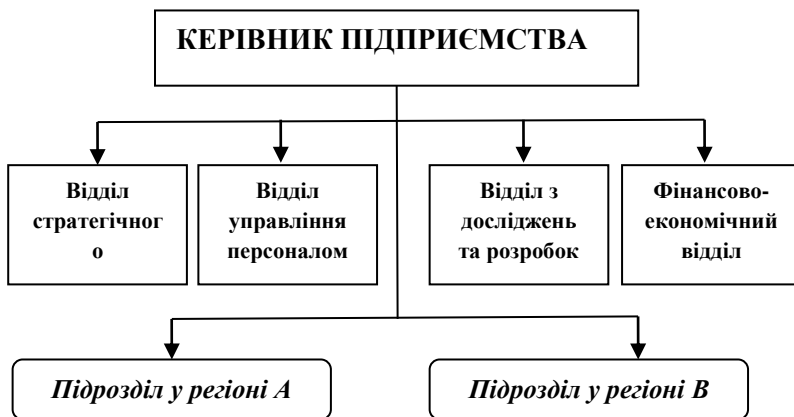


Рис. 7.7 Дивізійно-регіональна структура

Найбільш доцільно використовувати дивізійні структури управління на підприємствах великих розмірів, які розширюють виробничо-господарські операції; мають широкую номенклатуру продукції, що випускається, де виробництво продукції слабо піддається коливанням ринкової кон'юнктури і мало залежить від технологічних нововведень.

Недоліки різновидів організаційних структур ієрархічного типу дають можливість стверджувати, що перехід до більш гнучких, адаптивних структур управління, краще пристосованих до динамічних змін і вимог виробництва, є об'єктивно необхідним і закономірним в умовах ринкового середовища.

Для адаптивних (гнучких) організаційних структур характерна відсутність бюрократичної регламентації діяльності органів управління, відсутність детального поділу праці за видами робіт, розмитість рівнів управління і невелика їхня кількість, гнучкість структури управління, децентралізація прийняття рішень, індивідуальна

відповідальність кожного працівника за загальні результати діяльності.

Одночасно адаптивні організаційні структури характеризуються наступними ознаками:

- здатністю порівняно легко змінювати свою форму;
- орієнтацією на прискорену реалізацію складних проектів, комплексних програм, вирішення складних проблем;
- обмеженою дією в часі, тобто формуванням на тимчасовій основі на період вирішення проблеми, виконання проекту, програми;
- створенням тимчасових органів управління.

Різновиди адаптивних організаційних структур відображені на рисунку 7.8.

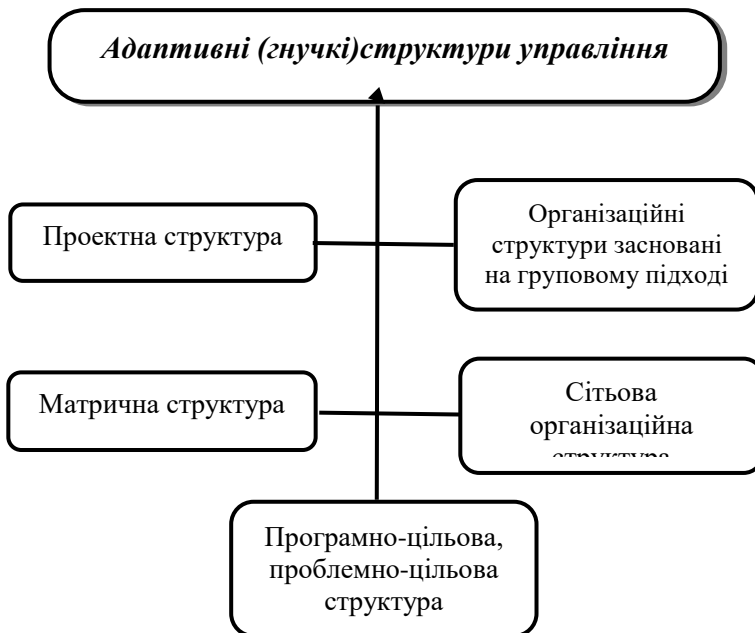


Рис. 7.8. Класифікація адаптивних структур управління

Проектна структура управління – це тимчасова структура, яка створюється для вирішення конкретного комплексного завдання (розробки проекту і його реалізації). Зміст проектної структури управління полягає в тому, щоб зібрати в одну команду самих кваліфікованих співробітників різних професій для здійснення складного проекту у встановлений термін із заданим рівнем якості й у рамках виділених для цієї мети матеріальних, фінансових і трудових ресурсів.

Використання проектної структури передбачає формування спеціального підрозділу – проектної команди, яка працює на тимчасовій основі. Тимчасова група фахівців – по суті, зменшена за масштабами копія постійної функціональної структури даної організації. До складу тимчасових груп включають необхідних фахівців: інженерів, бухгалтерів, керівників виробництва, дослідників, а також фахівців з управління. Керівник проекту наділяється проектними повноваженнями (повною владою і правами контролю в межах конкретного проекту), відповідає за всі види діяльності від початку до повного завершення проекту, або якої-небудь його частини. В його функції входить формування проектної структури, розподіл завдань між фахівцями, планування й організація виконання робіт, координація дій виконавців.

Часто проектні структури використовуються для вирішення будь-яких особливо великомасштабних завдань.

Основними *перевагами* такого виду структур управління є: інтеграція різних видів діяльності підприємства з метою одержання високоякісних результатів з визначеного проекту; концентрація всіх зусиль на виконання одного конкретного проекту; велика гнучкість проектних структур; активізація діяльності керівників проектів і виконавців у результаті формування проектних груп.

До *недоліків проектної структури* управління можна віднести: за наявності кількох організаційних проектів чи програм проектні структури призводять до роздроблення ресурсів і помітно ускладнюють підтримку і розвиток виробничого і науково-технічного потенціалу підприємства як єдиного цілого; від керівника проекту потрібно не лише управління всіма стадіями його життєвого циклу, але й врахування місця проекту в мережі проектів даній організації; спостерігається часткове дублювання функцій.

Однією з найбільш складних структур управління адаптивного типу визнається *матрична структура* (рис. 7.9).

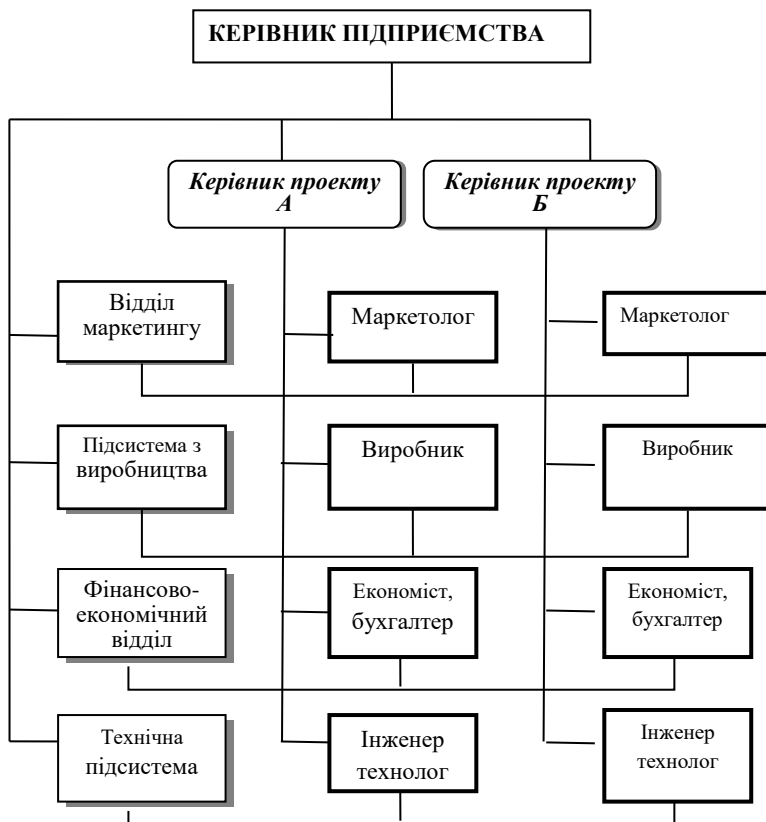


Рис. 7.9 Схема матричної структури управління

Матрична структура відображає закріплення в організаційній побудові фірми двох напрямків керівництва, двох організаційних альтернатив. Вертикальний напрямок – управління функціональними та лінійними структурними підрозділами підприємства. Горизонтальний – управління окремими проектами, програмами, продуктами, для реалізації яких залучаються людські й інші ресурси різних підрозділів організації.

Відмітною рисою організаційної структури управління матричного типу є наявність у працівників одночасно двох

керівників, що володіють рівними правами. Тобто виконавець підкоряється також безпосередньому керівнику функціональної служби, який наділений необхідними проектними повноваженнями для здійснення процесу управління відповідно до запланованих термінів, виділеними ресурсами і необхідною якістю.

Матричні структури управління можуть бути двох видів.

- у першому випадку керівник проекту взаємодіє з двома групами підлеглих: з постійними членами проектною групи і з іншими працівниками функціональних підрозділів. При цьому зберігається підпорядкованість цих виконавців безпосереднім керівникам підрозділів, відділів, служб;

- у другому випадку керівнику проекту можуть підкорятися тимчасово тільки виконавці з відповідних функціональних підрозділів.

Перевагами матричної структури є:

- інтеграція різних видів діяльності підприємства в межах реалізованих проектів;

- одержання якісних результатів з великої кількості проектів, програм, продуктів;

- значна активізація діяльності керівників і працівників управлінського апарату в результаті формування проектних команд, які активно взаємодіють з функціональними підрозділами, посилення взаємозв'язку між ними;

- залучення керівників усіх рівнів і фахівців до сфери активної творчої діяльності з реалізації організаційних проектів;

- скорочення навантаження на керівників вищого рівня управління шляхом передачі повноважень.

До *недоліків* матричних структур відносять такі:

- складність матричної структури – для її впровадження необхідна тривала підготовка працівників і відповідна організаційна культура;

- структура громіздка і дорога для впровадження в експлуатацію, характерні надмірні накладні витрати в зв'язку

з тим, що потрібно більше засобів для утримання більшої кількості керівників, а також на вирішення конфліктних ситуацій;

- у межах матричної структури з'являється тенденція до анархії, так як в її умовах не чітко розподілені права і відповідальність між її елементами;
- спостерігається часткове дублювання функцій;
- несвоєчасно приймаються управлінські рішення; як правило, характерно групове їх прийняття;
- порушується традиційна система взаємозв'язків між підрозділами;
- ускладнюється і практично відсутній повноцінний контроль за рівнями управління;
- структура вважається абсолютно неефективною в кризові періоди.

7.3 Основи проектування організаційних структур управління

Відповідно до ствердження вчених економістів «стратегія підприємства визначає її структуру», тому при обиранні структури підприємства керівники повинні орієнтуватись на стратегії, що визначені для розвитку підприємства.

Найкращою для підприємства (організації) є організаційна структура, яка відповідає: розміру та галузевій належності підприємства, динамізму й складності виробничо-управлінського апарату та зовнішнього середовища, а також особливому складу, кваліфікації та досвіду персоналу, що працює на підприємстві

Для побудови організаційної системи управління (ОСУ) в практиці відпрацьовані різні методи організаційного проектування, процес якого складається з таких стадій: 1) організаційний аудит; 2) розробка організаційного проекту; 3) експериментальне впровадження ОСУ в практику функціонування організації.

Організаційна форма управлінського впливу в певних важелях встановлює правовий статус організації в цілому.

Формування та побудова ОСУ ґрунтується на основі наступних документів: статут, структурні та організаційні схеми; положення про структурні підрозділи; посадові інструкції; технологічні схеми прийняття та коригування рішень; положення про інформаційні зв'язки, регламенти зборів, засідань та нарад, плани календарних заходів; розклади поточної роботи тощо. Створення та вміле застосування цих документів робить процес управління організаційно визначеним, цілеспрямованим, ритмічним, дає змогу зменшити витрати часу, підвищити результативність управління.

Процес формування організаційної системи управління здійснюється з урахуванням результатів аналізу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на ОСУ.

Елементами *зовнішнього середовища*, які впливають на утворення підприємством відповідних підрозділів є:

- споживачі продукції, поведінку яких мають аналізувати маркетингові підрозділи;
- постачальники сировини та матеріалів, зв'язки з якими підтримують підрозділи матеріально-технічного постачання;
- акціонери, для обслуговування яких потрібно створити групу фахівців для підготовки щорічних або квартальних звітів;
- урядові установи, які зобов'язують кожну організацію створювати підрозділи для статистичної звітності, виконання платежів до податкових органів та ін.;
- технологічне середовище, яке змушує фірми обирати завжди один із альтернативних варіантів організаційних рішень, створювати власні підрозділи досліджень і розробок або залучати інші організації до виконання таких розробок;

- економічне середовище, яке змушує фірму створювати підрозділи для вивчення конкурентів, зміни курсів цінних паперів і валют, прогнозування кризи;
- правове середовище, яке змушує кожну організацію створювати юридичні служби для вивчення та дотримання законів;
- екологічне середовище, яке потребує створення в багатьох організаціях підрозділів, що забезпечують дотримання на виробництві екологічних вимог;
- міжнародне середовище, для реалізації вимог якого треба переорієнтуватись на міжнародні стандарти ведення бізнесу.

Визначальними серед *внутрішніх факторів* побудови організаційної структури є:

- виробничі процеси, що зумовлюють горизонтальний поділ праці та структуру самого виробництва;
- обсяг виробництва – з його зростанням доцільно перейти від універсальних підрозділів до спеціалізованих;
- чисельність і професійна структура працюючих; щодо цих показників керівництво має обмеження у вигляді нормативів підпорядкування. При великій кількості працюючих інколи доводиться створювати додаткові паралельні підрозділи;
- територіальне розташування.

Досвід функціонування організацій показує, що ефективно діюча система управління забезпечує високі результати діяльності, тому під час оцінювання ОСУ використовуються як загальноекономічні показники, так і специфічні характеристики, які дають змогу оцінити діяльність ОСУ та окремих її частин.

До загальноекономічних показників належать:

- темпи зростання виробництва товарної продукції;
- виробництво продукції на 1 грн. витрат;
- рентабельність виробництва;

- відносна економія: основних виробничих фондів; нормованих обігових коштів; матеріальних витрат; фонду оплати праці;
- темпи зростання продуктивності праці;
- частка приросту товарної продукції;
- економія живої праці;
- матеріальні витрати на 1 грн. товарної продукції;
- витрати найважливіших матеріальних ресурсів у натуральному виразі на 1 грн. товарної продукції тощо.

Додатково, специфічними показниками, для аналізу використання ОСУ можуть використовуватись:

- витрати на утримання одного працівника апарату управління;
- коефіцієнт виконання наказів (команд, доручень);
- коефіцієнт якості виконання управлінських функцій;
- коефіцієнт оперативності роботи апарату управління;
- коефіцієнт керованості, який відбиває ступінь середнього завантаження одного керівника і-го рівня, який керує певною кількістю підлеглих з урахуванням норми керованості;
- коефіцієнт економічності апарату управління, який використовується для оцінювання ступеня відповідності фактичної структури та чисельності апарату управління типовій структурі та нормативній чисельності;
- норматив витрат на управління по підприємству;
- обсяг продукції на одного працівника управління по підприємству;
- продуктивність праці управлінського персоналу;
- питома вага витрат, пов'язаних із механізацією (автоматизацією) управлінської праці;
- питома вага працівників управління;
- рівень механізації (автоматизації) управлінських робіт тощо.

? ! || ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Розкрийте поняття та сутність департаменталізації.
2. Типи департаменталізації.
3. Відповідальність, делегування повноважень та їх види.
4. Сутність та елементи організаційної структури управління.
5. Ієрархічні організаційні структури управління.
6. Сутність, переваги та недоліки лінійної та функціональної структур управління.
7. Лінійно-штабна та лінійно-функціональна структури управління.
8. Сутність та типи дивізійної структури управління.
9. Адаптивні (гнучкі) організаційні структури підприємства.
10. Сутність, переваги та недоліки матричної структури управління.
11. Основи та фактори формування організаційної структури управління підприємством.
12. Показники діяльності та ефективності запроєктованої організаційної структури управління.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Роль організаційної структури управління суб'єктів господарювання в підвищенні ефективності їх функціонування.
2. Перспективні типи організаційних структур управління в ринкових умовах.
3. Критерії вибору типу організаційних структур управління для підприємств різних форм власності.
4. Корпоративне управління – як перспективний метод управління акціонерних товариств.
5. Розповсюджені типи організаційних структур іноземних країн.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Процес поділу організації на окремі блоки (підрозділи) називають:
 - а) департаменталізацією;
 - б) диспаритетом;
 - в) організаційний процес;
 - г) структура.
2. Тип департаменталізації, що припускає відносну автономність в роботі:
 - а) лінійна;
 - б) функціональна;
 - в) штабна;
 - г) дивізійна.
3. Тип департаменталізації, що передбачає поділ організації на окремі підрозділи, кожне з яких має чітко визначені функції та обов'язки:
 - а) функціональна;

- б) лінійна;
 - в) штабна;
 - г) дивізійна.
4. Тип департаменталізації, який передбачає забезпечення більш ефективної та адекватної реакції на зміни зовнішнього середовища з урахуванням основного принципу диверсифікації:
- а) дивізійна;
 - б) функціональна;
 - в) лінійна;
 - г) штабна.
5. Засіб, за допомогою якого керівництво встановлює співвідношення повноважень це:
- а) делегування;
 - б) керування;
 - в) управління;
 - г) відповідальність.
6. Обов'язок виконувати поставлені завдання і відповідати за їх задовільне виконання це:
- а) відповідальність;
 - б) делегування;
 - в) керування;
 - г) управління.
7. Повноваження, які передаються безпосередньо від начальника до підлеглого і далі вниз по ієрархічних сходинках називають:
- а) лінійними;
 - б) штабними;
 - в) апаратними;
 - г) функціональними.
8. Форма системи управління, яка визначає склад, взаємодію та підпорядкованість її елементів, є конструкцією організації, на основі якої здійснюється управління фірмою:
- а) організаційна структура управління;
 - б) управлінська структура управління;

- в) підприємницька система управління;
 - г) вірна відповідь відсутня.
9. Організаційна структура, що характеризуються твердою ієрархією влади на підприємстві, формалізацією правил і процедур, які використовуються централізованим прийняттям рішень, вузько визначеною відповідальністю в діяльності це:
- а) ієрархічна структура;
 - б) адаптивна;
 - в) матрична;
 - г) приватна.
10. Структура управління, заснована на виділенні великих автономних виробничо-господарських підрозділів (відділень, дивізіонів) і відповідних їм рівнів управління це:
- а) дивізійна структура;
 - б) ієрархічна структура;
 - в) адаптивна;
 - г) матрична.



ХАРАКТЕРИСТИКА РИНКУ ПРОДУКЦІЇ (ПОСЛУГ)

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

- 8.1 Ринок: сутність, функції та структура.
- 8.2 Сучасний ринок продукції (послуг) та конкуренція.
- 8.3 Принципи поведінки суб'єктів господарювання на ринку.



- *ринок*
- *функції*
- *структура*
- *види, типи ринків*
- *конкуренція*

8.1 Ринок: сутність, функції та структура

Ринкова економіка починає своє повнокровне існування саме як вирішальна форма організації суспільного виробництва з перемогою капіталізму. Визначальним елементом цієї системи є ринок, який слід віднести до однієї з найскладніших економічних категорій, яка відображає надзвичайно складну сукупність виробничих відносин.

Єдиної дефініції стосовно ринку немає, і це природно, бо науковці, визначаючи сутність ринку, роблять акцент на тій чи іншій стороні цього багатогранного явища. Найчастіше визначення ринку дають у такому дещо *вужькому значенні*, зводячи його сутність до товарного обміну.

З цієї позиції **ринок** – це місце, де зустрічаються покупець і продавець або це обмін товарів, що здійснюється за законами товарного виробництва. Ці визначення, безсумнівно, мають право на існування, але вони дуже стислі

і за великим рахунком не дають повного розкриття сутності ринку.

Поряд з цим підходом є визначення, в яких дослідники намагаються розкрити сутність ринку не з огляду на головні (товарообмінні) операції, а з огляду на його місце в суспільному відтворенні загалом. Іншими словами, визначення ринку дається більш *широко*, як одній з форм організації суспільного виробництва.

У цьому значенні ринок можна визначити так: в економічній системі, яка функціонує як товарне виробництво, **ринок** – це головний регулюючий механізм усього суспільного відтворення, який реалізує свої функції через багатогранну сукупність виробничих відносин, що формуються в процесі товарного обміну.

Головними суб'єктами відносин, які виникають у цій царині, виступають *покупці* і *продавці*. Але в цих відносинах беруть участь також виробники і держава. Як покупці виступають представники всіх верств населення.

Якщо ж розглядати покупців і продавців з погляду їх найбільш загальної і типової організації, то вони виступають у формі домогосподарств і підприємств. Перші є власниками практично всіх ресурсів і головного з них – робочої сили.

Що стосується підприємств, то вони є первинною ланкою народного господарства і в процесі обміну почергово виступають і як продавці, і як покупці. Кожне підприємство є особливим, і це залежить від багатьох чинників, як то вид продукції, що виробляється, кількість працюючих, місце розташування тощо. Окрім цих скоріше технічних моментів, важливою основою для характеристики всього різноманіття підприємств є також їх організаційно-правова форма. Це можуть бути товариства, сімейні підприємства, кооперативи, підприємства релігійних і громадських організацій і та ін.

Ринок – це, перш за все, головний регулюючий механізм у системі суспільного відтворення, що функціонує на основі товарного виробництва. З цього погляду в ньому постійно відбуваються процеси, які й виступають елементами

цього регулювання. До найбільш важливих, ключових категорій слід віднести категорію попиту і пропозиції.

Попит – це потреба, яка забезпечена грошовим еквівалентом. Попит, якщо мати на увазі його кількісну ознаку, може бути індивідуальним і сукупним. Якщо перший являє собою попит окремої людини, то другий є попитом певного угруповання людей, а в більш широкому вимірі – це попит усього населення. Відповідно до закону зростання потреб, попит, як індивідуальний, так і сукупний, постійно зростає. Окрім цієї кількісної зміни, попит виявляє досить стійку тенденцію до індивідуалізації. Вимірюють попит у грошовій формі.

Друга важлива категорія ринку – це **пропозиція**. Вона являє собою ту кількість товарів, які виробник згоден продати на ринку за даного рівня цін. Пропозиція товару, як і попит, здійснюється окремими виробниками, але весь обсяг запропонованих товарів та послуг визначається як сукупна пропозиція. Як це зрозуміло вже з визначення, пропозиція товарів теж залежить від ціни. Але тут, порівняно з попитом, залежність зворотна. Чим вища ціна, тим більшою буде пропозиція товарів і навпаки.

Взаємодія попиту й пропозиції і характеризує сутність *ринкового механізму*. Оскільки в суспільстві на кожний даний момент завжди потрібна певна кількість продукції, а її випуск у масштабах усього суспільства ніхто не планує і не ставить завдання на їх виробництво, саме ринок самостійно в автоматизованому режимі регулює необхідну кількість товарів та послуг, які з'являються на ринку. Відбувається це через *ціновий механізм*. Якщо якогось товару виготовлено недостатньо, з погляду задоволення сукупного попиту, тоді ціна на нього на ринку буде зростати. Для виробника це сигнал і водночас дуже потужний стимул до розширення виробництва. І навпаки, коли сукупна пропозиція більша, ніж сукупний попит на товари, ціна падає, а це зменшує прибутковість виготовлення продукції. При цьому в тих виробників, у яких індивідуальні витрати виробництва вищі

від середніх у суспільстві з виробництва даного товару, прибутковість їх виготовлення може зникнути, і вони стають банкрутами. Випуск продукції скорочується і в такий спосіб регулюється обсяг пропонування.

Взаємодія попиту і пропозиції через ціни регулює не тільки кількість необхідної для ринку продукції, а через це й обсяги виробництва. Ця взаємодія впливає і на технічний прогрес, і на якість продукції. Якщо виробник, завдяки новому обладнанню, більш високому, ніж в інших виробників, рівню організації виробництва, новим технологіям тощо підвищить якість продукції – то він буде отримувати додатковий прибуток. Прибуток зросте і в разі зменшення витрат. Це спонукає кожного виробника шукати шляхи зменшення своїх витрат. А оскільки визначальним напрямом у цьому сенсі є застосування досягнень науки і техніки, то це стимулює прогрес. Але коли зменшення витрат виробництва на конкретний товар стане загальним для більшості виробників, цей надприбуток зникає, бо змінюється (падає) вартість виробленого товару, а разом з нею зменшується і ціна. І знову гонитва за додатковим прибутком буде стимулювати виробника застосовувати досягнення науки і техніки з метою зменшення індивідуальних витрат виробництва.

Сутність ринку виявляється через його *функції*.

Перша і одна з найголовніших полягає в тому, що *ринок визначає ціну товару*. За умови врівноважених між собою попиту і пропозиції ця ціна найбільш повно відображає вартість товару. Це пов'язано з тим, що рівноважна ціна характеризується певним збалансуванням попиту й пропозиції. Якщо вартість товару змінюється (наприклад, зменшується), то тоді в умовах вільної конкуренції це веде до зменшення ціни.

На рівноважну ціну впливають також зміни в пропозиції товару. Якщо через якісь причини кількість пропонованого товару зменшиться, то ціна на них (за умови незмінного попиту) зросте.

Наступна функція ринку полягає у *формуванні й підтримці певних загальногосподарських пропозицій*. Це пов'язано з тим, що в умовах вільного ринку виробник виготовляє продукцію, керуючись своїми суб'єктивними уявленнями про загальну потребу в цій продукції чи послугах.

Головним орієнтиром при цьому для нього виступає рівень норми прибутку. У ті галузі, де ця норма найвища, спрямовується капітал, залишаючи без капіталовкладень інші галузі народного господарства, норма прибутку в яких на даний момент є невисокою. Приплив надлишкового капіталу в галузі з високою нормою прибутку призводить до перепоповнення ринку відповідним товаром і неодмінно викликає зниження ціни, а відтак, і прибутку. У тих же галузях, де капіталу відносно мало, відчувається перевищення попиту над пропозицією, що, у свою чергу, веде до зміни ціни і прибутку. Це знову залучає в ці галузі капітал, і так відбувається постійно. Реальним наслідком цього стає певна пропорційність в економіці, яка знов і знов порушується і так само знов і знов відновлюється через той же механізм ринку.

Приблизно той самий механізм спрацьовує і тоді, коли та чи інша галузь зменшує свою роль у суспільному виробництві. Це часто буває в разі інтенсивної структурної перебудови економіки.

Ринок, як механізм саморегулювання товарного виробництва, виявляється ще в одній функції – *стимулюючій*. Її суть полягає в тому, що дія взаємовпливу закону попиту і закону пропозиції веде до того, що ціна товару формується як ринкова, і той виробник, який має менші витрати на виробництво свого товару, отримує додатковий прибуток. Через ціну стимулюються також якість, швидка реакція виробника на зміни в попиті тощо.

Ринок має складну структуру.

Структурування ринку – це поділ усієї системи ринкових відносин на специфічні групи елементів, які визначаються за вибраними критеріями.

Найчастіше для класифікації ринкових структур застосовується критерій економічного призначення об'єктів ринкових відносин.

За **об'єктами купівлі-продажу** ринок поділяється на такі **види ринків**:

- *товарний*, який включає ринок предметів споживання і послуг, ринки засобів виробництва, інформації та інтелектуального продукту (науково-технічних розробок), нерухомості;
- *фінансовий*, до якого належать ринок капіталів (інвестиційний і кредитний ринки), ринок цінних паперів (фондовий), грошовий (валютний) ринок;
- *ринок праці* (робочої сили).

За **адміністративно-територіальною ознакою**:

- *місцевий* (локальний);
- *регіональний*;
- *національний* (внутрішній);
- *світовий* (міжнародний).

За **суб'єктами ринкових відносин**:

- *покупців*;
- *продавців*;
- *державних установ*;
- *посередників*.

Відповідно до чинного законодавства:

- *легальний* (офіційний);
- *нелегальний* (тіньовий).

За **ступенем конкуренції**:

- *чистої конкуренції*;
- *монопольної конкуренції*;
- *олігополістичний*;
- *чистої монополії*.

За **ступенем зрілості ринкових відносин**:

- *розвинений;*
- *такий, що формується;*
- *недосконалий.*

З урахуванням асортименту товарів:

- *замкнутий* (товари тільки одного виробника);
- *широкого асортименту* (кілька видів товарів, пов'язаних між собою);
- *змішаний* (різноманітні товари, не пов'язані між собою).

Цей класифікаційний підхід подає ринки у вигляді секторів (сегментів), об'єднаних у коло, в якому всі сегменти ринку взаємозалежні і взаємодіють. Порушення у функціонуванні одного з них негативно позначається на всій системі.

8.2 Сучасний ринок продукції (послуг) та конкуренція

Сучасний ринок надзвичайно строкатий, багатосегментний. Він суттєво відрізняється від ринку епохи вільної конкуренції. Йому властиві такі риси:

- гарантований збут великої кількості товарів;
- ринкова економіка;
- розвинена система соціального захисту населення;
- державна активність у регулюванні фінансової, кредитної та цінової політики;
- розвиток нових сегментів (ринок інформації та ін.);
- розвинена інфраструктура.

Сучасний ринок проник в усі сфери економіки, в усі її клітинки й усі регіони держави. Уся економіка стає ніби сукупністю ринків.

Отже, **сучасний ринок** – це складне полісистемне утворення, у якому ринкові закономірності тісно взаємодіють з регулювальними зусиллями держави.

Основним різновидом сучасного ринку є **ринок товарів і послуг**, який включає у свою структуру такі важливі

складові елементи: ринок предметів споживання і ринок виробничих ресурсів, який об'єднує ринок робочої сили, ринок засобів виробництва і ринок землі.

Ринок предметів споживання призначений для задоволення різноманітних потреб людини. Він, у свою чергу, поділяється на *ринок товарів і послуг*. Ринок товарів зосереджує обмін тими споживчими вартостями, на які є попит з боку населення. Значну кількість товарів людина виробляє, поєднуючи свою працю з природними процесами зі створення споживчих вартостей. Так, овочі, фрукти, зерно й багато інших товарів мають корисність, яка лише частково формується працею людини. Але загальний процес науки і техніки дозволяє все більше втручатися і в суто природні, біологічні процеси. Праця людини в поєднанні з досягненнями науки і техніки дає можливість значно поліпшувати якість товарів і наділяти їх новими споживчими властивостями.

Ринок товарів споживання задовольняє потреби людини, відтворює її робочу силу і забезпечує її біологічний, соціальний і духовний розвиток. У зв'язку з цим людству загалом і кожній країні зокрема притаманні дві економічні й одна соціальна проблеми колосальних масштабів.

Перш за все, необхідно постійно забезпечувати ринок споживчих товарів такою кількістю споживчих благ, яка б дозволяла відтворювати робочу силу й сприяла її розвитку в напрямі становлення гармонійно розвинутої людини. Ринок загалом дає можливість вирішити цю проблему, але кожна країна стикається з обмеженістю ресурсів.

Друга проблема пов'язана з тим, що потреби людини формуються не тільки як наслідок бажань, що виникають у зв'язку з її фізіологічною природою і тими якостями, які людина повинна набути як член людської спільноти. Часто ці потреби йдуть від нездорової фантазії, негативних рис людини, таких як жадібність, ненаситність, заздрість, насильство і та ін. Ринок і тут вирішує ці проблеми, постачаючи для споживання і цигарки, і наркотики, і зброю, і

багато інших товарів, що безпосередньо шкодять розвитку людини і її здоров'ю. У зв'язку з цим суспільство і держава повинні стримувати ринок.

Що стосується найбільш загальної соціальної проблеми, то вона полягає в майновій диференціації населення. Поділ на бідних і багатих – одна з умов існування ринкової економіки. Але там, де соціально-політичний устрій не досяг необхідного рівня, там ця диференціація сягає величезних масштабів і ринок сам по собі регулювати це не може. Навпаки, ринок загалом (а ринок товарів народного споживання з цього погляду дуже показовий) реагує на того, хто платить, хто має гроші.

Ринок товарів доповнюється ринком послуг. Останні відрізняються від товарів перш за все тим, що не мають речовинно-матеріальної форми. Їх не можна нагромаджувати чи зберігати, вони, залежно від виконавця, а часто і від споживача, набувають різної якості. Якщо вироблений з дотриманням вимог технології і стандартів товар має одні й ті самі якості, що й інший екземпляр цього ж товару, то з послугою все інакше.

Ринок послуг у сучасних умовах характеризується тим, що він дуже потужно розвивається. Це пов'язано з багатьма чинниками. Тут і ускладнення товарної продукції, яка вимагає її обслуговування, і зростання потреби у високому рівні кваліфікації робочої сили, що стимулює розвиток освітніх послуг, і індивідуалізація потреб людини, і багато подібного. Іншою особливістю розвитку ринку послуг є те, що він швидко виходить за межі країни і часто стає важливою складовою добробуту країни. Так, деякі країни формують значну частину своїх доходів за рахунок послуг.

Наступний ринок – це *ринок виробничих ресурсів*, тобто той ринок, який постачає виробництву необхідні йому ресурси. Серед них це, перш за все, праця, земля і капітал. Відповідно до цих особливих об'єктів ринку виділяють такі ринки, як ринок робочої сили, ринок землі і ринок капіталу.

Одним з найважливіших ресурсів є праця як функція товару робоча сила. Цей товар реалізується на *ринку робочої сили*, який частіше називають ринком праці. З погляду аналізу ринку як системи, що забезпечує обмін товарів, ринок праці – це ринок, де взаємодіють покупець і продавець робочої сили.

Раніше вже було з'ясовано, що робоча сила перетворюється на товар за умови відсутності в людини засобів виробництва, засобів існування і наявності юридичної свободи індивіда. Але цей товар досить специфічний, а тому реалізується на окремому ринку – *ринку праці*. Як і на будь-якому ринку, тут взаємодіють попит і пропозиція. Пропозиція робочої сили, яка викликана вже визначеними умовами, може бути більшою або відносно меншою на кожен даний проміжок часу. Це залежить, передусім, від стану економіки. Якщо в країні криза, то пропозиція робочої сили зростає. Іншим важливим чинником, що впливає на рівень пропозиції робочої сили, є рівень заробітної плати. За високої заробітної плати пропозиція цього товару зростає.

У кожному конкретному випадку пропозиції робочої сили поведінка її власника є цілком добровільною. Вона залежить від багатьох, часто дуже персоніфікованих чинників. Сюди належать рівень заробітної плати, умови праці, її інтенсивність, графік роботи тощо. При цьому індивід може керуватись як визначальним одним або кількома бажаними характеристиками майбутньої роботи.

Вільна пропозиція робочої сили з боку її власника не означає відсутності певних обмежень у цьому процесі. Ці обмеження, по суті, закладені в рівні якості цього товару. До цих обмежень належить спеціальність, якою володіє індивід, рівень його професіоналізму, досвід та інші показники. Здебільшого рівень, як і наявність цих характеристик, залежить від самого власника робочої сили, і в розвинутій країні зміна цих властивостей робочої сили або ж набуття нових якісних характеристик, як правило, не пов'язані з великими труднощами.

Якість робочої сили пов'язана і з чисто фізіологічними даними, які за певного їх рівня теж виступають обмежувальним фактором. Сукупність обмежень у пропозиції своєї робочої сили є дуже індивідуальною і залежить від людини, її способу життя, звичок та ін.

Суспільство з цього погляду може допомогти власнику робочої сили в розширенні свободи пропозиції його товару, тільки створюючи відповідні загальні умови відтворення робочої сили. Це може бути й наявність високорозвиненої медицини й розгалужена система закладів відпочинку, спорту і та ін.

Ще одне обмеження в пропозиції робочої сили – це соціальні умови. Наявність житла, можливість досить швидкої його заміни (ринок житла), становище сім'ї та інші умови можуть суттєво впливати на пропозицію робочої сили. У розширенні свободи пропозиції товару робоча сила значна роль належить державі. Це й відповідне законодавство, що регламентує сімейні відносини, порядок і організацію ринка житла й наявність необхідної соціальної інфраструктури. Наприклад, жінка, яка має малолітніх дітей, може вийти на ринок праці з пропозицією своєї робочої сили за умови наявності дитячого садка і його доступності за оплатою послуг.

Попит на робочу силу здійснює власник засобів виробництва. Головний його мотив – отримання прибутку, тому він намагається придбати товар з найкращим сполученням якості і ціни. Але сама реалізація його попиту залежить від багатьох чинників, як загального характеру, наприклад, стан економіки, так і від чинників, що належать до внутрішніх – рівень виробництва на підприємстві, наявність чи відсутність конкурентів, динаміка продаж тощо. При цьому підприємець теж вільний як щодо найму робочої сили, так і її звільнення. Безсумнівно, держава регламентує сам порядок найму і звільнення, але саме рішення, наприклад, про звільнення належить виключно роботодавцю.

Ринок праці має і власну організаційну будову. У розвинутих країнах це, як правило, біржа праці. У нашій державі цю функцію виконує служба зайнятості. Проте в Україні ця служба ще не стала потужним інструментом вирішення проблеми безробіття.

До виробничих ресурсів належить і земля, яка хоча й не є товаром, а отже, не має вартості, водночас за ринкової економіки продається і купується. Отже, земля має певну ціну і саме за нею відбувається її купівля-продаж.

Ринок землі має два основних сегменти. Це *ринок сільськогосподарських угідь* і *ринок землі несільськогосподарського призначення*. Перший ринок має особливість, яка, до речі, не притаманна жодному іншому ринку. Вона полягає в тому, що придбана власником земля повинна використовуватись у чітко визначеному суспільством напрямі. У найбільш загальному він полягає в тому, щоб власник землі не допустив погіршення її якості, іншими словами, зменшення її родючості. У багатьох розвинутих країнах чітко встановлені певні вимоги до того, хто хоче придбати землю сільськогосподарського призначення у власність. Найчастіше це вимога мати відповідну спеціальну освіту, обов'язково проживати в цій місцевості, грамотно здійснювати використання землі. Останнє досить жорстко контролюється державою з метою недопущення виснаження землі. Це здійснюється, головним чином, через контроль за сівозмінами і за станом усіх складових родючого шару землі. Усьому цьому сприяють добре відпрацьовані земельні кадастри.

Землі несільськогосподарського призначення в процесі купівлі-продажу контролюються державою дещо менше, але й тут такий контроль є обов'язковим. Ці землі теж ранжирувані за якістю в окремому земельному кадастрі, що значно полегшує проблему визначення ціни на ці землі.

Ще один важливий елемент ринку виробничих ресурсів – це *ринок капіталів*. *Капітал* – це економічна категорія, яка відображає виробничі відносини між найманими робітниками

і власниками засобів виробництва. Ці відносини реалізуються через засоби виробництва, надаючи їм специфічно суспільний характер. Отже, капітал у самому процесі виробництва реалізується через засоби виробництва, які продаються і купуються на ринку капіталів.

Цей ринок має певну структуру, яка, перш за все, визначається природою і призначенням товару. Так, є *ринок будівель і споруд*, де реалізуються або здаються в оренду корпуси заводів, фабрик, адміністративні будівлі тощо. Інший ринок – це *ринок устаткування* (машини, верстати, технологічне обладнання тощо). Ще одна складова частина ринку капіталу – це *ринок сировини*. Кожен з цих ринків має досить складну структуру, що складається з певних сегментів, які також називаються ринками.

Окрім розглянутих загальних ринків, а саме ринку предметів споживання й ринку засобів виробництва, функціонують й інші, дуже важливі ринки, до яких слід віднести *ринок цінних паперів, валютний ринок, ринок інформації, грошовий ринок*. Усі ринки знаходяться в дуже тісному взаємозв'язку і взаємодії, і чим більше налагоджена ця взаємодія, тим ефективніше функціонує суспільне виробництво.

Будь-який ринок формується і розвивається під впливом сил конкуренції.

Термін **конкуренція** походить від латинського слова *concurrentia*, що означає змагання, суперництво. Це суперництво закладено в природі людини, яка прагне, перш за все, виявити свої кращі якості. У суспільстві все життя пронизане постійним змаганням або, як ми частіше говоримо, боротьбою. Спортсмени змагаються для досягнення найкращих результатів, політичні партії борються між собою за владу, можна навести з цього погляду ще безліч прикладів. Зрозуміло, що конкуренція пронизує і все економічне життя країни. Вона полягає в суперництві економічних суб'єктів за досягнення найкращої реалізації своїх економічних інтересів. Це, за словами Ф.Енгельса, боротьба всіх проти всіх.

Оскільки вирішальним стимулом для товаровиробників є прибуток, то в практичному житті конкуренція – це боротьба за можливість отримати найвищий прибуток.

Як уже було розглянуто, ринок – це механізм саморегулювання ринкової економіки, і «працює» він завдяки тому, що покупці і продавці постійно вступають у відносини обміну. Вони ж є основними суб'єктами в конкурентній боротьбі. У сучасних умовах в процесі конкурентної боротьби активно включається держава. Але її головне завдання полягає не стільки в участі державних підприємств в конкуренції, скільки в захисті добросовісної конкуренції і боротьбі проти суцільної монополізації ринків і виробництва товарів.

Головне призначення конкуренції, з погляду функціонування ринку як основного регулюючого механізму в системі суспільного виробництва, полягає в тому, що бажання виробника отримати найбільший прибуток спонукає його постійно шукати умови для найліпшого (з позиції прибутку) виробництва і збуту своєї продукції. Іншими словами, власник засобів виробництва в процесі добросовісної конкуренції хоче випередити, обійти тих, хто виготовляє і реалізує аналогічну продукцію чи надає подібні послуги, й отримати додатковий прибуток.

Конкуренція, як економічне суперництво за найкращу реалізацію своїх інтересів, ведеться в різних формах і різними методами.

Щодо *форм*, то в економічній літературі найчастіше виділяють ринкову конкуренцію (її ще часто називають добросовісною) і неринкову форму конкуренції (недобросовісна конкуренція).

Ринкова форма конкуренції – це конкуренція, яка здійснюється ринковими і, як правило, санкціонованими суспільством методами. У межах цієї форми застосовуються такі методи, як конкуренція за допомогою цін, реклами, патентів, диференціації продукції, випуску товарів-субститутів і та ін. Ці методи є легітимними, але це не

означає того, що в їх застосуванні не може відбуватись порушення прав інших конкурентів, тому держава, як правило, регламентує і межі використання того чи іншого методу.

У період панування вільної конкуренції в домонополістичну епоху найбільш поширеним *методом* виступала *цінова конкуренція*. Вона полягає в тому, щоб за допомогою зниження ціни потіснити свого конкурента. Зменшення ціни на продукцію приваблює покупців, і таких товарів купують більше. Якщо товарообіг у виробника, що знизив ціни, суттєво зростає, то навіть за умови таких самих витрат на виробництво продукції, як і в інших конкурентів, він отримує більше прибутку через більший оборот товару. А якщо його індивідуальні витрати капіталу менші за суспільно необхідні, то норма прибутку зростає в нього ще більше.

Цінова конкуренція дає помітні переваги покупцеві, який може придбати товар за меншу ціну. Але в сучасних умовах цей метод застосовується не дуже часто через те, що є певні обмеження з боку держави (антидемпінгове законодавство). Іншою причиною є і те, що фірма-конкурент може налагодити випуск товарів-субститутів, тобто такого товару, який в очах покупця за своїми характеристиками і ціною є більш-менш рівнозначний з тим, що вже традиційно виробляється. Тому фірми і підприємства часто відмовляються від цінової конкуренції і в питаннях ціни дотримуються практики так званого лідерства в цінах, що знаходить свій вираз у встановленні певного діапазону цін на товари різних виробників.

Найпоширенішим методом ринкової конкуренції в сучасних умовах є *конкуренція за якістю продукції*. Технічний рівень продукції, її якість, надійність, гарантії виробника – усе це є надзвичайно потужним засобом залучення споживача. Цей метод конкурентної боротьби, як правило, не пов'язаний з ціною, але він дуже дійовий і використовується, перш за все, великими виробниками, які можуть дозволити собі великі витрати на наукове

супроводження випуску продукції, на постійне її вдосконалення і пошук нових рішень.

Від боротьби між конкурентами за допомогою якості продукції виграє споживач, бо він може отримати часто за ту саму ціну більш якісний товар. Цей метод конкурентної боротьби дійсно веде до суттєвого поліпшення якості продукції. Особливо це має місце там, де виробник стикається з висококомпетентним, добре поінформованим покупцем. Найбільше це стосується ринку засобів виробництва, де як покупці виступають фірми, підприємства, які зацікавлені тільки у високоякісних засобах виробництва. Це пояснює той факт, що на цьому ринку у високорозвинутих країнах має місце дійсно висока якість продукції.

Але попри цей надзвичайно важливий і позитивний наслідок конкурентної боротьби за допомогою якості ця боротьба може і не завершуватись таким бажаним для покупця результатом. Це має місце там, де виробник має справу з некомпетентним покупцем. Прикладом може бути продукція фармацевтичних фірм, в якості якої масовий споживач, як правило, не може розібратись. Тому тут наслідком часто стає так звана квазіякість, яка є не дійсною, а надуманою.

Наступний метод конкурентної боротьби пов'язаний з *установленням контролю над патентами*. Справа в тому, що в сучасних умовах розвиток науки і техніки відбувається дуже швидкими темпами. Наукові відкриття і винаходи, як правило, фіксуються патентами, які дають їх власнику монопольне право на використання відкриття чи винаходу. Тому, заволодівши патентом, можна застосовувати отриманий винахід у монопольному варіанті і в такий спосіб потіснити своїх конкурентів за якістю продукції, її особливостями, через зменшення витрат на її виробництво тощо, залежно від того відкриття чи винаходу, який супроводжує конкретний патент.

Купівлю патентів здійснюють переважно корпорації високотехнологічних галузей – як, наприклад,

електротехнічні, радіотехнічні, машинобудівні і та ін. При цьому слід зауважити, що купівля патенту не завжди тотожна подальшому технічному прогресу внаслідок його застосування. Якщо фірма має потужні позиції на ринку і її задовольняє це становище, то вона може придбати патент лише для того, щоб не дати можливості конкуренту скористатися новітньою технологією, новим обладнанням чи ноу-хау. Як правило, у середньому патент дає можливість на користування новим досягненням приблизно протягом 5 років. У випадку, коли патент кладуть «під сукно», науково-технічний прогрес штучно гальмується.

Важливим методом конкурентної боротьби виступає *диференціація продукції*. Він полягає в тому, що виробник, за рахунок випуску нових різновидів свого товару і нових його моделей, розширює власний ринок, бо залучає більш широке коло покупців. В умовах швидкого технічного прогресу моральне старіння продукції відбувається в межах відносно невеликих проміжків часу і тому оновлення продукції є певною формою прояву загального прогресу виробництва. Це однак не виключає можливості надання товару таких характеристик, які можуть і не поліпшувати якісь якості товару.

Близьким до розглянутого методу є метод конкурентної боротьби, який досягається шляхом *випуску товарів-субститутів, тобто товарів заміників*. Можливість налагодження випуску таких товарів часто гальмує цінову конкуренцію, бо завжди є ризик того, що конкурент налагодить випуск товару-замінника. Випуск таких товарів розширює можливості покупця, а якщо товари-субститути розробляються з урахуванням досягнень науки і техніки, то такий товар, зрештою може й витіснити традиційну продукцію з ринку.

Сучасний ринок характеризується посиленням такого явища, як *індивідуалізація потреб*. За цих умов виробник намагається надати своєму товару особливих, неповторних характеристик. Це дозволяє компанії мати власний стійкий

сегмент на ринку споживачів, а отже, бути сильнішими за своїх конкурентів.

Потужним важелем конкурентної боротьби стає *реклама*. Вона завжди має певну інформаційну складову, і в цьому її корисна суспільна функція. Але її використання в умовах ринку виходить далеко за межі цієї функції. Вона стає одним із найважливіших методів конкурентної боротьби, формуючи і стимулюючи попит споживача. Тому великі корпорації витрачають шалені гроші на рекламу і це, як правило, дає певні позитивні наслідки. За допомогою реклами відбувається перерозподіл ринків збуту, а часто й формування нових ринків. Вона сприяє розвитку суспільного виробництва, і тому часто ми чуємо вираз: «Реклама – це двигун прогресу». Але слід зауважити, що поряд із цим реклама часто використовується для шахрайства, оманливого споживачів та інших незаконних дій. Особливо це стосується ринків, на яких покупець малокомпетентний. Користуючись тим, що покупець не може реально встановити дійсні властивості товару, реклама приписує непритаманні їм властивості.

Розглянуті методи конкурентної боротьби належать до ринкової форми конкуренції і так чи інакше пов'язані з виробництвом товару чи його обміном. Але окрім цих методів, у конкурентній боротьбі часто застосовують і ті методи, які не стосуються ринку. Їх відносять до ***неринкової форми конкуренції***. Ці методи конкурентної боротьби в сучасних умовах частіше називають недобросовісною конкуренцією.

В арсеналі ***методів неринкової конкуренції*** є ті, які в принципі не пов'язані з порушенням законів. Це можуть бути судові тяжби, лобіювання інтересів окремих виробників в органах законодавчої і виконавчої влади, боротьба за певне спрямування державних субсидій, переманювання фахівців, що працюють у конкурентів, і та ін. Але в сукупності методів недобросовісної конкуренції є й такі, які є нелегітимними і безпосередньо суперечать законодавству країни. Це підпали

майна і виробництва конкурента, убивства, промисловий шпiонаж, застосування антиреклами, шантаж, рекет, використання хабарiв тощо. Цi дiї пiдпадають пiд карну вiдповiдальнiсть, i кожна держава намагається викоринити цi методи.

Конкуренцiя базується на вiльному виборi покупця стосовно того, якi товари купувати, де й коли їх купувати. Так само вiльний вибiр стосовно пропозицiй свого товару має i виробник. Де, коли, який товар i за якою цiною вiн буде продавати свою продукцiю – це вирiшує вiн сам. Усе це вирiвнює взаємне становище покупця i виробника й створює умови для вiльного цiноутворення як основного елемента ринкового механiзму. Це, у свою чергу, вiдкриває широкий простiр для дiї закону вартостi, основнi вимоги якого реалiзуються якраз через цiни. Саме через конкуренцiю i дiю цього закону реалiзується *регуляторна функцiя ринку* як механiзму всiєї економiки, що базується на товарному виробництвi.

Залежно вiд ступеня впливу сил конкуренцiї видiляють такi **типи ринкiв**:

- ринок чистої конкуренцiї;
- ринок монополiстичної конкуренцiї;
- олігополiстичний ринок;
- ринок чистої монополiї.

Ринок чистої конкуренцiї – це ринок, який характеризується наявнiстю великої кiлькостi незалежно дiючих виробникiв, якi виробляють стандартизовану, тотожну продукцiю i при цьому нiхто з них не може контролювати ринкову цiну. Як випливає з цього визначення, чиста конкуренцiя характеризується великою кiлькiстю виробникiв. Вони виробляють схожi i простi за перелiком своїх властивостей товари. Кожен виробник виробляє тiльки невелику частину продукцiї i тому не має можливостi впливати на цiну. Сфера виробництва через досить просту технологiю i вiдносно невеликi розмiри порогового капiталу є

відкритою для вільного входження в неї нових товаровиробників. Таким же вільним є й вихід із цієї сфери.

Слід зазначити, що чиста конкуренція була характерною для домонополістичного капіталізму, епохи вільної конкуренції. Сьогодні ця модель ринку, як механізму саморегулювання суспільного відтворення, що базується на товарному виробництві, практично не зустрічається. Проте в деяких галузях, наприклад, у сільськогосподарському виробництві, епізодично має місце і чиста конкуренція.

Монополістична конкуренція – це такий тип ринку, за яким відносно велика кількість виробників виробляє схожу, але неоднакову продукцію, яка відрізняється певними якостями. За цієї моделі ринку відносно невеликі за масштабами виробництва товаровиробники намагаються надати своєму товару якісь особливі, нестандартні якості. Останні можуть бути як реально існуючими, так і нереальними. Конкуренція виробників зосереджується не тільки на ціні, а й на цих особливих якостях товару. При цьому виробник, унаслідок виробництва товару з певними особливими якостями, має можливість контролювати ціни. Але останнє є досить обмеженим, бо еластичність попиту достатньо велика, і покупець може переключитись на споживання аналогічного товару в іншого виробника, але дещо з іншими властивостями. У зв'язку з цим цінова конкуренція тут буде обмежена, і виробник у боротьбі за свого споживача буде йти переважно шляхом удосконалення продукції, підвищення її якості, посилення реклами і та ін.

Особливістю цього типу конкурентної боротьби є й те, що наявність великої кількості виробників не дозволяє нікому створювати суттєві перешкоди до проникнення в галузь. Цей практично вільний вхід на ринок і відносно невеликий розмір стартового капіталу, у свою чергу, пояснюються відносно невеликою технологічною складністю тих товарів, які виробляються.

В умовах сьогоденної ринкової економіки існують і такі ринки, на яких панує відносно невелика кількість (три-

п'ять) виробників. Цей ринок називають олігополістичним. *Олігополія* – це такий тип ринку, який має місце в умовах наявності невеликої кількості виробників, які виготовляють схожі товари.

Підприємства, які діють на такому ринку, як правило, займаються випуском як стандартизованої, так і нестандартизованої продукції. І в першому, і в другому випадку це великомасштабне виробництво, яке є капіталомістким, і вже це є передумовою невеликої кількості виробників.

На такий ринок новому товаровиробнику увійти дуже складно. Перепоною тут виступає низка обставин. Перш за все, для налагодження такого складного і великомасштабного виробництва необхідні великі кошти. Інша проблема, яка виникає перед претендентом на входження в олігополістичний ринок, пов'язана з тим, що для успішної реалізації цього необхідно мати значні джерела сировини й ринок збуту своєї продукції. Важливою перепоною є й те, що споживач уже звик до продукції певних виробників і змінити їх орієнтацію досить складно, а головне, недешево. Зрозуміло, що підприємства-олігополісти всіляко будуть протистояти появі новачка у сфері своїх економічних інтересів.

В умовах олігополії виробник отримує можливість вступити в зговір з іншими виробниками. Тобто, по суті, олігополія відкриває шлях до злиття, хоча воно може формально й не відбуватися. Такі угоди (здебільшого таємничі, так звані джентльменські) дають переваги фірмам-олігополістам. Вони розширюють свій ринок, зменшують витрати на виробництво і реалізацію продукції. Конкуренція між ними залишається, але вона рідко набуває форми цінової і частіше вона здійснюється неціновими методами.

Останній тип ринку – це *чиста монополія*. Це така ринкова ситуація, коли один товаровиробник виготовляє товар чи надає послугу, у яких немає заміників. Прикладом може бути підприємство, яке забезпечує всіх жителів міста

водою. Відсутність конкурентів і відсутність диференціації товару чи послуги дає такому підприємству право повного контролю за цінами. Вхід до цього виробництва практично заблоковано і, як правило, є неможливим унаслідок причин технологічного, фінансового і правового характеру. Чиста монополія, по суті, робить конкуренцію неможливою.

Слід зауважити, що чиста монополія може бути виправданою, і тоді держава захищає таку монополію. Це та монополія, яка з погляду всього суспільства є виправданою. Її ще називають природною або законною. Вона має місце там, де суспільству не вигідно, а часто й небезпечно мати кілька виробників. Таким монополістом є, наприклад, залізничний транспорт, електростанції, що виробляють електроенергію. Формою чистої монополії є також авторські права, патенти.

Держава повинна захищати чисту монополію такого роду. Але при цьому вона певним чином регулює їх діяльність, щоб монополієне становище цих підприємств не стало основою для невиправданого перерозподілу коштів за рахунок, наприклад, цін. Тому вона, як правило, контролює діяльність чистих монополістів, установлюючи їм цінові параметри, а також контролюючи якість їх послуг чи товарів. Хоча деталі такого контролю будуть дещо різними, залежно від форми власності, на базі якої функціонує цей монополіст. Якщо це державне підприємство, то тут можливостей у держави більше, а якщо воно належить приватній особі, то в питанні регулювання діяльності такої природної монополії у держави буде значно менше реальних важелів.

8.3 Принципи поведінки суб'єктів господарювання на ринку

Поряд із визначеними законодавством України нормами і правилами господарювання та юридичної відповідальності за їх порушення у ринковій економіці сформувалися й широко використовуються в підприємницькій

діяльності загально визнані **принципи** поведінки суб'єктів господарювання на ринку.

Особливе місце займає **принцип соціального партнерства**, який, виходячи із широти охоплення поведінкових аспектів і напрямків їхньої реалізації, належить до базових, а відтак визначає будь-яку розвинуту ринкову економіку як соціально орієнтовану. Цей принцип впливає з того, що підприємство як соціально-економічна цілісність водночас є складовою частиною свого зовнішнього оточення. Тому разом із суто економічними функціями з виробництва продукції і послуг та одержання завдяки цьому максимально можливого прибутку підприємство зобов'язане постійно займатися питаннями соціального розвитку не тільки свого трудового колективу, а й місцевого населення. Соціально-відповідальна поведінка всіх суб'єктів господарювання уможливорює необхідний громадський консенсус, надійне партнерство підприємців та інших суверенних соціальних верств і груп, державних і громадських організацій.

Іншим важливим принципом поведінки на ринку є **принцип свободи підприємництва**. Останній забезпечується певними правами підприємства, а саме:

по-перше, можливістю ініціативної, самостійної, здійснюваної на свій ризик і під свою майнову відповідальність економічної діяльності будь-якого дієздатного громадянина держави, громадян інших держав у межах правових повноважень, а також будь-якої групи громадян (партнерів), що об'єднуються для колективного підприємництва (акціонерні товариства, орендні колективи, спілки);

по-друге, самостійністю організації виробництва (вибір напрямків діяльності, постачальників, посередників, споживачів виготовлюваної продукції чи послуг) та його ресурсним забезпеченням (використання з цією метою власного майна, залучення на добровільних засадах майна юридичних осіб і громадян, а також будь-яких інших ресурсів);

по-третє, самостійністю у прийнятті будь-яких господарських рішень, комерційною свободою ціноутворення, виходячи з економічної вигоди і ринкової кон'юнктури, правом визначення шляхів і способів реалізації продукції, у тому числі експортованих товарів і послуг;

по-четверте, реальним правом розпорядження майном, а також прибутком, що залишається після сплати податків та інших платежів, установлених законом.

Ці принципи конкретизуються через певні локальні **засади саморегуляції господарської поведінки**. Основними з них є:

- спільність комерційних інтересів і постійний пошук засобів максимального задоволення потреб споживачів;
- взаємовигідність ділових стосунків, що передбачає забезпечення достатнього прибутку партнерам за господарськими угодами;
- рівноправність у взаємовідносинах, що означає однакову відповідальність за порушення умов угоди, альтернативу у виборі контрагентів господарських зв'язків;
- відповідальність перед кінцевим споживачем продукції всіх суб'єктів господарювання (виробників, продавців, торгових посередників), що беруть участь у виробництві та обігу товарів;
- самообмеження особистого споживання, добровільне прагнення до постійного виробничого інвестування, якісного задоволення нових суспільних потреб, створення додаткових робочих місць;
- підпорядкування виробничої та комерційної діяльності не досягненню короточасних успіхів, а забезпеченню економічного стану підприємств у тривалій перспективі, досягнення комерційної переваги тільки завдяки інноваційним перетворенням в усіх сферах діяльності.

З метою формування сприятливого економічного середовища треба розробити й дотримуватись також певних *етичних норм поведінки суб'єктів господарювання* на будь-

якому ринку. Вони поряд із загальними етичними цінностями (взаємна довіра, порядність, сумлінність, чесність, повага до людини та віра в її сили) включають також правила етичної поведінки в бізнесі, вірність слову та послужливість у взаємостосунках.

Усе це разом сприяє формуванню іміджу фірми як партнера, з яким можливе тривале, надійне і взаємовигідне співробітництво, що є життєво важливим у швидкозмінливому ринковому середовищі.

ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Визначення ринку.
2. Функції ринку.
3. Форми та типи ринків.
4. Структуризація ринків.
5. Сучасний ринок. Його основні характеристики.
6. Види ринку товарів та послуг.
7. Поняття конкуренція.
8. Форми та методи конкуренції.
9. Фактори впливу на конкурентну боротьбу.
10. Зміст принципів поведінки суб'єктів господарювання на ринку.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Товар і послуга як об'єкти маркетингової товарної політики.
2. Дослідження поведінки споживачів на різних типах ринку.
3. Ринок підприємств.

4. Позиціонування у рекламній діяльності.
5. Ринок споживацьких товарів України.
6. Основи міжнародної торгівлі.
7. Ліцензування при експорті та імпорті товарів.
8. Світовий фінансовий ринок.
9. Проблеми кон'юнктурних досліджень на ринку товарів та послуг.
10. Сутність та структура світового ринку.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Ринок – це:
 - а) форма господарських зв'язків між товаровиробниками та споживачами шляхом купівлі-продажу товарів, що жодним чином не пов'язана із організаційно-правовими й економічними відносинами;
 - б) місце добровільних угод, де продаж товарів відбувається лише в тому випадку, коли обидві сторони – продавець і покупець – знаходять компроміс, який проявляється в ціні;
 - в) місце, де здійснюється купівля та продаж грошей як специфічного товару, формуються попит, пропозиція та ціна на гроші;
 - г) немає правильної відповіді.
2. Головними суб'єктами відносин на ринку є:
 - а) покупці;
 - б) продавці;
 - в) покупці і продавці;
 - г) підприємства.
3. Потреба, яка забезпечена грошовим еквівалентом – це:
 - а) пропозиція;
 - б) попит;
 - в) собівартість;
 - г) ціна.

4. Кількість товарів, які виробник згоден продати на ринку за даного рівня цін – це:
- а) пропозиція;
 - б) попит;
 - в) обсяг виробництва;
 - г) обсяг реалізації.
5. Взаємодія попиту й пропозиції характеризує сутність:
- а) ринку;
 - б) попиту;
 - в) ринкового механізму;
 - г) пропозиції.
6. Поділ усієї системи ринкових відносин на специфічні групи елементів, які визначаються за вибраними критеріями – це:
- а) сегментація ринку;
 - б) структурування ринку;
 - в) елементування;
 - г) диференціація.
7. Що встановлюється на ринку в результаті досягнутої домовленості між продавцем і покупцем?
- а) попит;
 - б) пропозиція;
 - в) ціна;
 - г) конкуренція.
8. Що являє собою ринок предметів споживання і послуг?
- а) сукупність економічних відносин з приводу організації і купівлі-продажу вільних грошових коштів та їх перетворення на грошовий капітал;
 - б) сфера обігу, за допомогою якої реалізуються товари народного споживання та послуги;
 - в) сукупність ринку засобів праці і ринку предметів праці;
 - г) товари і послуги виробничого призначення або такі товари і послуги, що безпосередньо не призначаються для задоволення потреб населення, а непрямим чином спрямовані на вирішення завдань із задоволення потреб суспільства в необхідних благах.

9. Який параметр є найбільш вагомою складовою конкурентоспроможності?

- а) ціна;
- б) дизайн;
- в) корисність;
- г) якість.

10. Який ринок найбільш схильний до коливання попиту та пропозиції грошового обігу, інфляції?

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

11. На які два ринки можна поділити ринок засобів виробництва?

- а) ринок засобів праці і ринок предметів праці;
- б) ринок продовольчих товарів і ринок промислових товарів;
- в) ринок капіталів і валютний ринок;
- г) ринок праці і ринок інформації.

ОЦІНКА ПОПИТУ ТА МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

- 9.1 Оцінка попиту.
- 9.2 Прогнозування попиту.
- 9.3 Маркетингова діяльність.

Ключові терміни

- *попит*
- *методи*
- *маркетинг*
- *функції*
- *принципи*
- *концепції*

9.1 Оцінка попиту

Як відомо, ціна та попит співіснують у обернено пропорційній залежності. Цю залежність відображає крива попиту, яка показує, яку кількість товару буде продано на ринку протягом певного часу за конкретної ціни.

Ціноутворення, орієнтоване на ринковий попит, передбачає оцінку інтенсивності попиту, тобто більш високі ціни призначаються тоді і там, де спостерігається підвищений попит, а низькі – там, де попит слабкий, навіть якщо вартість одиниці товару в обох випадках однакова. Ціна постійно змінюється, і ціноутворення стає ефективною зброєю у руках продавця.

Оцінка кривих попиту: еластичність за ціною. Оскільки і за високих цін та низького попиту, і за низьких цін та високого попиту витрати на виробництво одиниці продукції залишаються незмінними, більшість фірм

намагається певним чином (в залежності від типу ринку) вимірювати зміни у попиту на свої товари. З появою конкуренції крива попиту змінюватиметься в залежності від зміни цін конкурентів.

Для оцінки впливу цінових факторів на зміну попиту використовується *цінова еластичність попиту*, яка визначає чутливість споживачів до зміни цін з точки зору попиту на товари, які вони купують. Фірма повинна оцінити еластичність попиту за ціною, визначити ймовірну кількість товарів, які вона зможе продати на ринку за цінами різного рівня. Цінова еластичність визначається як відношення відсотку зміни попиту до відсотку зміни ціни і вказує, на скільки процентів зміниться попит при зміні ціни на 1%.

Якщо абсолютна величина еластичності >1 – попит еластичний, якщо <1 – попит нееластичний.

Що означає еластичність попиту для виробника? Перш за все йому слід подумати про зниження цін (а їх можна знижувати до точки, коли попит не стане одиничним). Знижуючи ціни, виробник досягає зростання обсягу попиту, що приводить до вищого загального доходу.

Такий підхід є виправданим до тих пір, поки немає непропорційного зростання витрат на виробництво та збут товару. Також важливо пам'ятати, що саме попит визначає максимальну ціну, за якою фірма зможе продати свій товар. Максимальна ціна визначається за формулою:

$$P_{max} = P_0 \times E, \quad (9.1)$$

де P_{max} – максимально можлива ціна продажу товару за конкретних ринкових умов;

P_0 – поточна ціна продаж;

E – коефіцієнт цінової еластичності.

Існування різного рівня попиту на продукцію визначає і зміни цін в умовах ринку. На певних етапах життєвого циклу товару ціна може бути меншою від витрат на виробництво,

що дозволяє врахувати ціни товарів конкурентів та вподобання споживачів і таким чином закріпитися на ринку.

9.2 Прогнозування попиту

Прогнозування попиту здійснюється на основі використання певних *методів*:

- статистичних – екстраполяція, інтерполяція, регресійні моделі та інші математичні методи;
- рівня споживання;
- коефіцієнта споживання;
- провідного показника та ін.

Серед статистичних методів найбільш поширений *метод екстраполяції*. Він ґрунтується на розрахунку кількісних та якісних показників розвитку в майбутньому періоді на основі закономірностей, які мали місце в попередньому. Екстраполяційні розрахунки використовують переважно для складання коротко- та середньострокових прогнозів, оскільки припущення про незмінність факторів, які визначають тенденції розвитку, не можна поширити на довгий період часу.

Більш точні розрахунки одержують за одночасного використання *кореляційних та регресійних моделей*. За наявності кореляційної залежності кожному певному значенню однієї ознаки відповідає деяка кількість суміжних значень іншої ознаки, які варіюють біля їхньої середньої величини.

Метод рівня споживання будується на основі визначення загальної величини попиту, задоволеної його частини та коефіцієнтів, які характеризують можливість придбання певного товару групами споживачів із певним рівнем доходу. Рівень споживання залежить також від еластичності попиту за доходами, цінами, валовим випуском.

За довгострокового прогнозування, як показує досвід, у багатьох випадках найбільш достовірну інформацію можна

отримати за допомогою опитувань та відповідної обробки даних експертів, тобто *експертного методу*.

Метод коефіцієнта споживання використовується під час оцінки попиту на комплектуючі вироби. При цьому:

- визначають усі можливості галузі використання виробів;
- розраховують коефіцієнт використання за галузями споживання;
- потім на основі прогнозу обсягу виробництва галузей споживання у динаміці знаходять величину попиту на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Метод ґрунтується на визначенні коефіцієнта споживання. Після встановлення коефіцієнта, його множать на обсяг виробництва або наявність споживачів. Коефіцієнти споживання змінюються залежно від часу, стану ринку, обсягу виробництва (споживання) та технологічних змін.

Метод основного показника є різновидом методу коефіцієнтів споживання та регресійного методу. Основні показники – це змінні величини, які показують випередження попиту на одні товари порівняно зі здійсненням інших заходів.

Використання будь-яких методів прогнозування для підвищення достовірності розрахунків потребує коригування початкових даних у динаміці.

9.3 Маркетингова діяльність

Маркетинг – це виробничо-комерційна діяльність підприємства, спрямована на виявлення і задоволення потреб в його продуктах (послугах) за допомогою обміну з метою одержання прибутку. Маркетинг як різновид діяльності, що є властивим для ринкової економіки, виконує такі *функції*:

- вивчення ринку, його структуризація (сегментування), аналіз і прогнозування попиту;
- вибір сегментів ринку, прийнятних для підприємства;

- визначення номенклатури і асортименту продукції для ринку;
- розробка стратегії виходу на ринок і реакції на дії конкурентів;
- реклама, збут і його стимулювання;
- політика ціноутворення.

Об'єктом маркетингу є комплекс, що складається з елементів «потреби – товар – ціна – реклама – збут». Центральне місце в цій системі займає *товар* – все що продається з метою задоволення певних потреб (продукція, послуги, ресурси, ідеї тощо).

У широкому розумінні маркетинг не просто різновид діяльності, а ринкова концепція управління виробництвом, за якої принципова ідея – задоволення потреб через ринок, що лежить в основі роботи всіх підрозділів підприємства (проектно-конструкторських, технологів-виробничих, фінансово-комерційних). Це означає, що маркетинг інтегрує в усі фази підприємницької діяльності й підпорядковує їх інтересам підприємства на ринку.

Маркетинг ставить виробництво продукції у повну залежність від попиту на неї і можливостей її продажу. В умовах науково-технічного прогресу і конкурентної боротьби для виживання і успішної роботи кожне підприємство повинно мати розвинуту систему маркетингу і відповідну стратегію і тактику вирішення маркетингових завдань.

Маркетинг підприємства ґрунтується на таких *принципах*:

- орієнтація усіх сфер діяльності підприємства на задоволення потреб покупців з метою продажу продукції і одержання прибутку;
- цілеспрямований і активний вплив на попит, його розвиток;
- гнучке реагування виробництва на зміну потреб і попиту покупців, оперативне пристосування до цих змін;

- використання ціноутворення як механізму реагування і впливу на кон'юнктуру ринку;
- вибір ефективних форм і методів доставки, реклами і продажу продукції;
- підтримка творчої атмосфери серед працівників, причетних до маркетингової діяльності, заохочення їх активності й ініціативи у розробці маркетингових рішень.

У своєму розвитку маркетинг пройшов певну еволюцію, етапи якої характеризуються його концепціями. Концепція маркетингу — це загальний підхід підприємства до досягнення своєї мети на ринку.

Відомі *п'ять концепцій маркетингу*:

- виробнича;
- продуктова;
- комерційна;
- індивідуального маркетингу;
- соціального маркетингу.

Виробнича концепція передбачає спрямування головних зусиль підприємства на удосконалення виробництва і мобілізацію внутрішніх резервів з метою розширення обсягу виготовлення продукції та зниження її собівартості. Вона типова за умов незадоволеного попиту, що відповідає передусім низькому рівню розвитку ринкових відносин. Застосовується також тоді, коли собівартість продукції висока і є резерви її зниження.

Продуктова концепція специфічна тим, що основна увага акцентується на поліпшенні споживчих параметрів виробів, їх конструктивних, експлуатаційних показників, підвищенні якості й завдяки цьому забезпечується належний збут продукції. Ця концепція відповідає потребам конкурентної боротьби, коли є можливість підвищувати конкурентоспроможність виробів шляхом її удосконалення за умов досить стабільного попиту.

Комерційна концепція полягає в тому, що для забезпечення належного збуту активізується в першу чергу

робота комерційних служб: працівників реклами, агентів по збуту, продавців тощо. Різні форми психологічного впливу на покупця дають найбільший ефект тоді, коли він погано обізнаний з пропонованою продукцією і її споживчими якостями. Продукція інтенсивно рекламується для того, щоб продати за будь-яких умов.

Принципова особливість розглянутих концепцій полягає в тому, що в центрі їх уваги є продукція як об'єкт виробництва. Конкретні потреби споживачів тут на другому місці й сприймаються дещо абстрактно. Змінюють цю орієнтацію концепції вищого рівня, до яких належить індивідуальний і соціальний маркетинг.

Концепція індивідуального маркетингу орієнтує підприємство на виявлення індивідуальних потреб покупців, їх розвиток і спрямування зусиль на те, щоб задовольнити ці потреби краще, ніж конкуренти.

Концепція соціального маркетингу не обмежується виявленням і задоволенням індивідуальних потреб як умови ефективної діяльності підприємства, а приймає до уваги суспільні потреби та інтереси передусім перспективного характеру: охорону навколишнього середовища, природних ресурсів, здоров'я людей, національної безпеки тощо.

У діяльності підприємства, яка повинна постійно адаптуватися до мінливого зовнішнього середовища, не реалізується тільки одна якась концепція маркетингу. Концепції переплітаються і використовуються у комплексі, як того вимагають конкретні умови. Проте з розвитком ринкових відносин і наданням їм цивілізованих форм загальною тенденцією є перенесення основної уваги на задоволення потреб покупців з урахуванням соціальних наслідків виробництва, тобто на концепцію соціального маркетингу.

Для досягнення своєї мети на ринку підприємство розробляє стратегію і тактику маркетингу. **Стратегія маркетингу** включає такі основні рішення:

- на якому ринку виступає підприємство, поведінки на ньому;
- склад і обсяг продукції, яка буде пропонуватися на ринку;
- розробка нової продукції;
- форми і методи реклами, доставки і збуту продукції;
- ціни на продукцію.

Реалізація маркетингової стратегії здійснюється прийняттям конкретних оперативних рішень з різних питань, які можна назвати *тактикою маркетингу*.

Стратегія і тактика маркетингу ґрунтуються на вивченні ринку, його постійному аналізі й структуризації. Ринок з позиції маркетингової діяльності розглядається як сукупність реальних і потенційних покупців товарів. Головним показником ринку для продавця є попит на його продукцію, тобто потреба в ній, яка забезпечена купівельною спроможністю. У процесі аналізу попит поділяється на *рівні*:

- необмежений (попит істотно перевершує пропозицію);
- задовільний (відповідає можливостям підприємства, досить стабільний);
- обмежений (менше оптимальних можливостей підприємства);
- нерегулярний (коливається у часі під впливом певних факторів);
- відсутній.

Попит на продукцію – величина змінна, тому, вивчаючи його, важливо виявити фактори, під дією яких він міняється. В першу чергу аналізують конкурентоспроможність продукції.

Конкурентоспроможність є відносна характеристика споживчих якостей продукції у порівнянні з аналогічною продукцією конкурентів, її оцінюють за певною системою показників на основі порівняльного аналізу параметрів виробів.

Вивчення ринку не обмежується аналізом попиту і конкурентоспроможності продукції. З'ясовуються також інші характеристики:

- географія ринку і його сегменти, в яких діє підприємство;
- місткість ринку і можлива частка підприємства у її покритті за сприятливих і несприятливих умов;
- основні конкуренти підприємства на ринку, особливості їх продукції і стратегії маркетингу;
- прогнозна оцінка кон'юнктури ринку на найближчий рік і перспективу (2-5 років) (місткість ринку, динаміка попиту, гострота конкуренції, цінова політика тощо).

Ринок як сукупність покупців може бути структурований, тобто розподілений за певними ознаками на групи покупців – *сегменти*. Той чи інший сегмент ринку складається з покупців, які мають споріднені мотиви купівлі даного товару і приблизно однаково реагують на маркетингові дії підприємства (варіант продукції, рекламу, ціну тощо). Сегментація дозволяє вибрати привабливі для підприємства сфери ринку – *цільові сегменти* і сконцентрувати на них основну увагу.

На основі аналізу сукупності покупців вибираються *критерії сегментації*, які відрізняються для ринку товарів народного споживання і ринку товарів виробничого призначення. Для предметів народного споживання такі критерії встановлюються за результатами мотиваційного аналізу покупців.

До них належать:

- географічні (ринок розмежовується територіально);
- демографічні (стать, вік, рівень доходу, освіта людей тощо);
- соціальні (суспільні групи, партії);
- психологічні (тип особистості, характер поведінки, спосіб життя тощо).

Критерії сегментації ринку товарів виробничого призначення вибираються у процесі профільного аналізу підприємств і організацій. Ними можуть бути: географічні, галузеві, вагомість споживача (великі, середні, малі підприємства), стабільність клієнтури (постійні, періодичні, епізодичні споживачі) та інше.

Сегментація дозволяє вибрати *стратегію охоплення ринку*. До таких стратегій належать: недиференційований, диференційований і концентрований маркетинг.

Недиференційований маркетинг – пропонування свого товару всьому ринку одразу. Це економічна стратегія, яка викликає виникнення інтенсивної конкуренції у разі застосування декількома підприємствами.

Диференційований маркетинг – це охоплення декількох сегментів продовольчого ринку, розробка для кожного окремої програми, яка враховує їх особливості. Застосування цієї стратегії викликає зростання купівель, тому що продукція відповідає бажанням споживачів.

Концентрований маркетинг – передбачає концентрацію зусиль підприємства на окремому сегменті ринку (супроводжується зростанням ступеня ризику).

Найбільш вигідний для кожного окремого підприємства регіону сегмент ринку повинен мати високий рівень поточного збуту, достатню норму прибутку, нескладні вимоги до каналу розподілу.

Стратегія диверсифікації означає, що підприємство розширює номенклатуру своєї продукції і виступає з новими товарами на нових ринках, освоює суміжні галузі виробництва. Диверсифікація може мати різні *форми*.

Широко застосовується така форма диверсифікації як *освоєння нової продукції*, що стосовно технології виробництва, експлуатаційного призначення обслуговування тісно пов'язана з виготовлюваної продукцією. Іноді диверсифікація приймає *конгломератну форму*, коли освоюються нові вироби і галузі діяльності, які не мають

зв'язку з діючим виробництвом. Така диверсифікація організаційно складніша.

Диверсифікація як стратегія виходу на ринок потребує великих витрат і повинна бути ретельно обґрунтована. Вона під силу фінансово сильним підприємствам і застосовується передусім у тих випадках, коли діяльність у межах однієї галузі виробництва обмежує ріст обсягу продаж і розвиток підприємства. Диверсифікація є також засобом підвищення стійкості підприємства на ринку і зниження ризику банкрутства.

Важливим елементом стратегії і тактики маркетингу є встановлення цін на продукцію підприємства. *Ціноутворення* – складний процес, на який впливає ряд динамічних факторів. З їх врахуванням формування рівня ціни включає такі етапи:

- формування вимог до політики ціноутворення, виходячи з маркетингових завдань щодо певної продукції;
 - визначення попиту на продукцію і його залежності від ціни;
 - аналіз конкуренції, цін і пропозиції конкурентів;
 - обчислення собівартості продукції;
 - вибір методу ціноутворення і встановлення ціни.
- При розробці ціни повинні враховуватися завдання, які підприємство ставить на перспективний і поточний період. Вони можуть бути різними:
- вихід у певний сегмент ринку;
 - розширення меж ринку;
 - одержання максимального прибутку за короткий період часу;
 - виживання за умов гострої конкуренції або економічної кризи тощо.

Кожне з цих завдань впливає на політику ціноутворення і рівень цін. В одних випадках ціни підтримуються на високому рівні (максимізація прибутку у поточному періоді), в інших – на низькому (завоювання ринку) або гранично низькому (виживання). Слід

враховувати також державну політику в галузі ціноутворення, регулювання цін.

У ціноутворенні особливе значення має співвідношення попиту і ціни. Для ринкової економіки властива закономірність, згідно з якою попит залежить від рівня ціни: її підвищення знижує попит і навпаки. Ця залежність у економічній теорії називається законом попиту. На рівні підприємства вона повинна бути конкретизована, як правило, у графічній формі щодо певної продукції й реальних умов за дослідними даними у процесі вивчення ринку.

Вплив конкуренції на рівень ціни залежить від типу ринку. Якщо ринок складається з великої кількості продавців однорідної продукції (ринок чистої конкуренції), кожний окремий продавець не може істотно впливати на рівень ціни. Вона утворюється на ринку і визначає рівень ціни на продукцію конкретного продавця.

Дещо інше становище на ринку, де багато продавців продукції одного призначення, але різних варіантів, модифікацій, рівнів якості (ринок монополістичної конкуренції).

Тут ціни різні, вони істотно залежать від споживчих, експлуатаційних показників продукції, відповідності її вимогам споживачів певного сегменту ринку, реклами. Проте внаслідок великої кількості продавців ціни на їх продукцію мають обмежений взаємний вплив.

? ! ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Особливості визначення ринкового попиту.
2. Показники, що використовуються для оцінки попиту.
3. Методи прогнозування попиту.
4. Особливості застосування методів прогнозування попиту.
5. Поняття «маркетингова діяльність».
6. Функції і принципи маркетингової діяльності.

7. Стратегія і тактика маркетингу підприємства.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Система показників для оцінки попиту.
2. Оцінка обсягу споживання продукції.
3. Аналіз вподобань споживачів.
4. Оцінка впливу науково-технічного прогресу на стан та динаміку попиту споживачів.
5. Комбіновані методи прогнозування попиту.
6. Специфічні форми міжнародного маркетингу.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Визначення чутливості споживачів до зміни цін з точки зору попиту на товари, які вони купують – це:
 - а) цінова еластичність пропозиції;
 - б) цінова еластичність попиту;
 - в) нееластичність попиту;
 - г) нееластичність пропозиції.
2. Розрахунок кількісних та якісних показників розвитку в майбутньому періоді на основі закономірностей, які мали місце в попередньому – це метод:
 - а) кореляційних та регресійних моделей;
 - б) рівня споживання;
 - в) екстраполяції;
 - г) експертний.
3. Метод прогнозування попиту, який будується на основі визначення загальної величини попиту, задоволеної його частини та коефіцієнтів, які характеризують можливість придбання певного товару групами споживачів із певним рівнем доходу – це метод:

- а) кореляційних та регресійних моделей;
 - б) рівня споживання;
 - в) екстраполяції;
 - г) експертний.
4. Метод довгострокового прогнозування, який надає найбільш достовірну інформацію на підставі опитувань та відповідної обробки даних експертів – це метод:
- а) кореляційних та регресійних моделей;
 - б) рівня споживання;
 - в) екстраполяції;
 - г) експертний.
5. Виробничо-комерційна діяльність підприємства, спрямована на виявлення і задоволення потреб в його продуктах (послугах) за допомогою обміну з метою одержання прибутку, називається:
- а) менеджмент;
 - б) маркетинг;
 - в) сегментація ринку;
 - г) реалізація продукції.
6. Все, що продається з метою задоволення певних потреб, називається:
- а) товаром;
 - б) продукцією;
 - в) якістю;
 - г) споживчими цінностями.
7. Спрямування головних зусиль підприємства на удосконалення виробництва і мобілізацію внутрішніх резервів з метою розширення обсягу виготовлення продукції та зниження її собівартості – це:
- а) продуктова концепція маркетингу;
 - б) виробнича концепція маркетингу;
 - в) комерційна концепція маркетингу;
 - г) концепція соціального маркетингу.
8. Основна увага акцентується на поліпшенні споживчих параметрів виробів, їх конструктивних, експлуатаційних

показників, підвищенні якості й завдяки цьому забезпечується належний збут продукції – це:

- а) продуктова концепція маркетингу;
 - б) виробнича концепція маркетингу;
 - в) комерційна концепція маркетингу;
 - г) концепція соціального маркетингу.
9. Для забезпечення належного збуту активізується в першу чергу робота комерційних служб: працівників реклами, агентів по збуту, продавців тощо – це:
- а) продуктова концепція маркетингу;
 - б) виробнича концепція маркетингу;
 - в) комерційна концепція маркетингу;
 - г) концепція соціального маркетингу.
10. Концепція маркетингу, яка не обмежується виявленням і задоволенням індивідуальних потреб як умови ефективної діяльності підприємства, а приймає до уваги суспільні потреби та інтереси передусім перспективного характеру – це:
- а) продуктова концепція маркетингу;
 - б) виробнича концепція маркетингу;
 - в) комерційна концепція маркетингу;
 - г) концепція соціального маркетингу.
11. Реалізація маркетингової стратегії, що здійснюється прийняттям конкретних оперативних рішень з різних питань, називається:
- а) стратегією маркетингу;
 - б) тактикою маркетингу;
 - в) розробкою стратегії;
 - г) стратегічним плануванням.
12. Відносна характеристика споживчих якостей продукції у порівнянні з аналогічною продукцією конкурентів, яку оцінюють за певною системою показників на основі порівняльного аналізу параметрів виробів, називається:
- а) якістю;
 - б) попитом;
 - в) конкурентоспроможністю;

г) рівнем споживання.

13. Розподіл ринку за певними ознаками на групи покупців називається:

а) сегментацією ринку;

б) диференціацією;

в) поділом;

г) обмеженням.

14. Стратегія, яка передбачає пропонування свого товару всьому ринку одразу, називається:

а) диференційований маркетинг;

б) недиференційований маркетинг;

в) концентрований маркетинг;

г) неконцентрований маркетинг.

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

- 10.1 Сутність та складові товарної політики підприємств.
- 10.2 Загальна характеристика цін, функції цін та їх види.
- 10.3 Основні методи ціноутворення на продукцію.
- 10.4 Сутність цілі та особливості формування цінової стратегії та цінової політики підприємств.

Ключові терміни

- *товарна політика*
- *види цін*
- *методи ціноутворення*
- *цінова політика*
- *стратегія цінової політики*

10.1 Сутність та складові товарної політики підприємств

Наявність великої кількості товарів і зростаюча конкуренція є характерними рисами ринкової економіки. В зв'язку з цим важливого значення набувають процеси освоєння підходів до планування та управління виробничої діяльності підприємств, яка спрямована на швидке реагування бажань та потреб споживачів за допомогою товару. В цьому напрямку товаровиробнику необхідно продумати наперед стратегію своєї поведінки, яка забезпечить вирішення завдань та прийняття рішень стосовно формування асортименту і його управління; підтримки конкурентоспроможності товарів на потрібному рівні; знаходження для товарів оптимальних товарних сегментів; розробка і втілення стратегії упаковки, маркування, обслуговування товарів.

Отже, сукупність засобів впливу на споживачів за допомогою товару пов'язують, як правило, з поняттям товарної політики підприємства.

Існують декілька визначень товарної політики підприємства, зокрема:

Маркетингова товарна політика – це...

1. складова господарської діяльності підприємства;
2. визначений курс дій, принципи поведінки підприємства на товарному ринку;
3. сукупність засобів впливу на споживача за допомогою товару.

Останнім часом під *маркетинговою товарною політикою* розуміють систему дій підприємства для визначення місця товару на ринку, задоволення конкретного потенційного споживача товарами, широкої можливості їх вибору та досягнення підприємством власних цілей.

Товарна політика є визначеною для кожного окремого підприємства. Вона залежить не тільки від його спеціалізації та розмірів, а й від специфіки та стану розвитку ринків збуту, попиту, фінансових й інших ресурсів, зовнішніх і внутрішніх факторів його розвитку.

Зміст товарної політики на підприємстві полягає у визначенні:

- видів товарів, які необхідно виробляти та їх кількість;
- потенційного ринку продажу товару та конкретного кола покупців,
- рівня попиту та пропозиції на запропоновану продукції;
- технології виробництва товару, ресурсних можливостях підприємства.

Механізм здійснення товарної політики передбачає етапи:

- комплексний ретельний аналіз можливостей діючих ринків з позиції забезпечення успішної реалізації попередньої номенклатури продукції, тобто оцінка ринків збуту;

- оцінка рівня конкурентоздатності власного товару й аналогічного товару, виробленого конкурентами;
- вибір потенційних ринків і встановлення для кожного з них відповідної номенклатури продукції, обсягу реалізації, ціни;
- аналіз зміни виручки, визначення її оптимальних обсягів і відповідних їм цін, а також розробка плану перспективної номенклатури продукції з урахуванням її конкурентоздатності.

До складових товарної політики відносять: визначення оптимального асортименту товарів та його постійне оновлення; якість продукції; дизайн; розробку і здійснення стратегії упаковки; товарну марку; міру відповідності критеріям споживачів; підтримку конкурентоспроможності товарів; знаходження оптимальних товарних ніш; розробку торговельного знаку; обслуговування товарів (сервіс); надання основних і додаткових послуг з продажу та експлуатації товарів.

Сутність маркетингової товарної політики полягає у визначенні, формуванні та підтримуванні оптимальної номенклатури товарів з урахуванням поточних і довготривалих цілей підприємства.

Оптимальна номенклатура є індивідуальною для кожного окремого підприємства і залежить від ринків збуту, попиту, виробничих, фінансових та інших ресурсів.

До її складу входить:

- вироби, що мають попит і успішно реалізуються на ринку;
- вироби, які потребують модифікування відповідно до вимог споживачів або для запровадження на новий ринок;
- товари, які потрібно вилучити з виробництва через невідповідність вимогам покупців;
- нові товари, виробництво яких визнано перспективним.

Дані складові оптимальної номенклатури характеризують структуру товарної політики.

Структура товарної політики підприємства наступна:

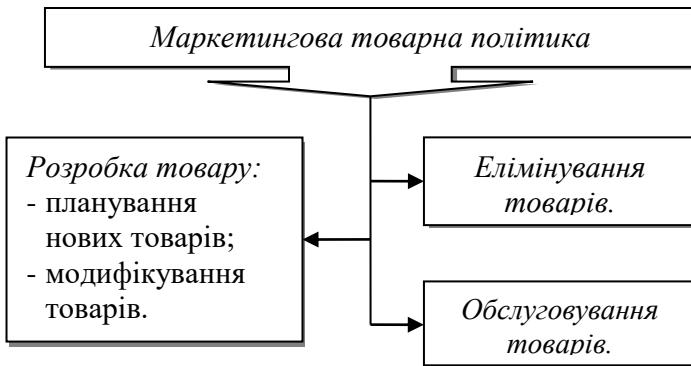


Рис. 10.1 Структура товарної політики підприємства

Найважливішою частиною маркетингової товарної політики є **розробка товарів**.

До розробки товарів включається:

- *планування або створення нових товарів*, які нададуть змогу підприємству вийти на нові ринки або розширити існуючі, перемогти конкурентів, отримати відповідні доходи і прибутки;

- *модифікування існуючих товарів* – зміна властивостей та характеристик товарів, що надасть можливість постійно привертати до них увагу споживачів та збереже протягом тривалого часу обсяги збуту і доходи.

Обслуговування – це забезпечення стійкості належних характеристик товарів, їхньої відповідності встановленим стандартам. Основним у цій частині маркетингової товарної політики є контроль за якістю продукції, своєчасне інформування виробництва про необхідність її поліпшення, проведення заходів зі збереження характеристик товарів під час товарного руху та збуту.

Елімінавання – це процес зняття застарілого (такого, який перестав користуватись достатньо активним попитом)

товару з виробництва і ринку. Основне завдання цієї частини маркетингової товарної політики полягає в оптимізації процесів усунення з ринку застарілих товарів, через своєчасно відмовлення від їх виробництва, узгодження витрат і доходів підприємства на виробництво і збут товарів, попит на які постійно спадає.

Однією з найважливіших складових маркетингового комплексу є товар. **Товар** – це продукт праці, зроблений для продажу, з метою обміну на інші продукти праці чи гроші на ринку.

Вироблений продукт праці, ще не товар. Для досягнення цього «статусу» він повинний мати визначений набір якісних характеристик: відповідність передбачуваному призначенню, екологічності, ергономічності, естетичності та техніко-економічними параметрам. Набір якісних характеристик відповідає на запитання, який продукт зроблений. Проте, ринок передбачає не те, як бачить продукт виробник, а те, яким бачить цей продукт споживач. Це потребує створення «образу» товару відмінного від іншого товару для різних споживачів і на різних ринках, тобто роблять його товарною одиницею.

Товарна одиниця – відособлена цілісність, яка характеризується показниками якості, величини, ціни, специфічним оформленням, марочною назвою, упакуванням і маркіруванням.

Найважливіша з таких мір – прийняття рішення виробника про використання марочної назви.

Марка – ім'я, термін, знак, або символ, призначений для ідентифікації товару і послуг одного продавця і диференціації їх від товарів і послуг іншого продавця-конкурента.

Немаловажне значення приділяється *маркіруванню товару*. Засобами маркірування є етикетки, ярлики, що несуть додаткову інформацію про даний товар, описуючи його. Таким чином, здійснюється також ідентифікація даного товару і його пропаганда.

У комплекс заходів для підтримки «образу» включається також ухвалення рішення про упакування товару. *Упакування* – розробка та виробництво оболонки для даного товару.

Розрізняють внутрішнє упакування (безпосереднє вмістище товару) і зовнішнє упакування, яке служить захистом для внутрішнього упакування і віддаляється при підготовці товару до використання.

Упакування виконує ряд функцій:

- ідентифікує товар і цим самої створює «образ» марки і виробника;
- використовується як можливість для новаторства, реалізації нових ідей;
- сприяє розвитку самообслуговування в торгівлі і свідчить про зростання статку споживача.

Формування «образу» підприємства, відповідно «образу» товару сприяє сервісне обслуговування.

Під *сервісним обслуговуванням* розуміється надання безкоштовних послуг, пов'язаних з реалізованим товаром. Прикладами сервісного обслуговування можуть служити навантаження товару, доставка в межах визначеної відстані, оформлення кредиту, гарантії, консультації, інструктаж і ін. Характерною рисою сервісних послуг є те, що ціна товару не зміниться в залежності від того, скористається ними покупець або відхилить їх.

І, нарешті, щоб дана товарна одиниця остаточно перетворилася в товар, необхідно використовувати грамотну рекламу, налагоджений збут, що передбачає надання додаткових послуг і вигод (безкоштовна доставка, установка, налагодження, навчання і т.д.), ефективно обслуговування, міцні зв'язки з громадськістю, гнучка політика цін.

10.2 Загальна характеристика цін, функції цін та їх види

У сучасних умовах господарювання ціна є засобом маркетингового впливу підприємства на споживача з метою забезпечення ринкової рівноваги між попитом і пропозицією.

Діяльність будь якого підприємства в ринкових умовах залежить від багатьох факторів, одним з яких є процес визначення ціни. В ціні товару відображені всі витрати на його виробництво та реалізацію. Одночасно, ціна є важливим джерелом доходу підприємства, оскільки містить прибуток. Складовими ціни є також різні види непрямих податків (податок на додану вартість, акцизний збір), торгівельні чи спеціальні надбавки, націнки або знижки.

Ціна – являє собою економічну категорію, що означає суму грошей, за яку продавець хоче продати, а покупець готовий купити товар. Ціна – це грошова вартість товару.

Ціна товару остаточно формуються на ринку і значною мірою залежать від співвідношення попиту і пропозиції.

Фактори, що впливають на рівень ціни:

1. Попит, точніше співвідношення попиту та пропозиції.
2. Витрати на виробництво (собівартість продукції).
3. Якість продукції – чим нижче собівартість і чим вище якість, тим ширше діапазон для договірної ціни.
4. Монополізм (монополіст ставить покупця в безвихідне положення і нав'язує йому свою ціну).
5. Кон'юнктура ринку, інфляція, зміна галузевої структури, політична ситуація, новітні технології, прорахунки господарювання, мода, погода та ін.

Зміст ціни відображається в її функціях. Розрізняють наступні *функції ціни*:

-*Обліково-інформаційна* – характеризує ціну, як грошове вираження вартості товару. За допомогою її можна визначити – вартість витрачених матеріалів, сировини, енергії та праці, обчислити величину сукупних витрат на

виробництво продукції та прибуток від її реалізації, використовується для визначення ефективності виробництва, служить орієнтиром прийняття господарських рішень, найважливішим інструментом внутріфірмового планування.

- *Стимулююча* функція ціни – полягає в заохочувальному або стимулюючому впливі ціни на виробництво та споживання різних видів продукції. За допомогою цін можна стимулювати розвиток раціональної структури виробництва, впровадження досягнень науково-технічного прогресу, підвищення якості продукції, економію матеріальних і трудових ресурсів. Ціна здійснює стимулюючий вплив на виробництво, головним чином, через величину прибутку, що входить до її складу.

- *Розподільча* функція – ціна бере участь в розподілі або перерозподілі національного чистого доходу між галузями економіки, державними та іншими її секторами, різними формами власності, регіонами, фондами нагромадження і споживання, підприємствами та соціальними групами населення через включення до цін окремих товарів акцизного збору, податку на додану вартість та інших податкових платежів, які спрямовуються до загальнодержавного та місцевих бюджетів.

- *Збалансованість попиту та пропозиції* – через ціни здійснюється зв'язок між виробництвом і споживанням, пропозицією та попитом. Ціна виступає гнучким інструментом для досягнення відповідності попиту та пропозиції.

- *Раціонального розміщення виробництва* – за її допомогою відбувається перерозподіл капіталів у сектори економіки і види виробництв із більш високою нормою прибутку під впливом законів конкуренції і попиту з метою отримання більшої величини прибутку.

Усі перелічені функції ціни тісно пов'язані між собою. Так, балансує функція є продовженням

стимулюючої і також спрямована на збільшення виробництва товарів, що користуються попитом.

Взаємозв'язок та взаємовідношення різних видів цін складається в певні групи за загальною класифікаційною ознакою. *Існує наступна класифікація цін:*

1. За наявністю посередників у товарорусі продукції розрізняють наступні види цін:

- *Ціна виробництва* включає витрати на виробництво продукції, а також середній прибуток підприємства на весь авансований капітал, ПДВ підприємства, акцизний збір. За такою ціною виробник реалізує свою продукцію посередницьким структурам.

- *Ціна гуртова* – включає ціну виробництва і націнку гуртових посередницьких підприємств, які забезпечують їм покриття всіх витрат на функціонування і отримання прибутку, ПДВ. За такою ціною товари реалізують дрібногуртовим організаціям через дрібні мережі.

- *Ціна роздрібна* поєднує в собі гуртову ціну і націнку торгівельних організацій, ПДВ торговельного підприємства. За такою ціною здійснюється реалізація товару споживачам дрібними партіями або по штучно.

2. У зв'язку з формуванням ринкових відносин розрізняють такі види цін:

- *Ринкова ціна* встановлюється у процесі купівлі – продажу товару на конкретному ринку.

- *Ціна продавця (виробника)* формується в умовах перевищення попиту над пропозицією, тобто коли є дефіцит товару. У такому випадку, виробник завищує ціну на товар, що є стимулом для розширення виробництва.

- *Ціна споживача* є нижчою рівня її ринкової вартості. Така ціна виникає у випадку перевищення ринкової пропозиції над попитом, тобто коли є надлишок товару.

- *Ціна рівноваги* виникає тоді, коли попит максимально наближений до ринкової пропозиції товару. У практичних умовах така ситуація зустрічається рідко.

3. За методом встановлення розрізняють ціни наступних видів:

- *Державні ціни*, які встановлює держава для продукції державних підприємств. Такі ціни можуть бути фіксованими і регульованими.

- *Договірні ціни* встановлюються в процесі домовленості між покупцем і продавцем. Їх величина може змінюватися за взаємною угодою.

- *Вільні ціни* підприємства формуються самостійно або на договірній основі з врахуванням попиту і пропозиції. Такі ціни повинні економічно зацікавлювати підприємство у розширенні асортименту продукції.

4. В залежності від місця реалізації товару розрізняють *внутрішні ціни, експортні (імпортні) та світові* (встановлюється в залежності від виду товару).

Наприклад, для сировини і матеріалів визначається рівнем цін країн-експортерів, або країн-імпортерів; для готових виробів – цінами ведучих у світі фірм, які спеціалізуються на виробництві і експорті продукції даного виду.

5. В залежності від ціноутворення розрізняють:

- *Контрактні ціни* відображають дійсний рівень ціни на товар певної якості при відповідних умовах поставки і платежу. Такі ціни, як правило, є комерційною таємницею підприємства.

- *Довідкові ціни* відображають рівень цін, фактично заключених за певний період (місяць або тиждень) угод. Такі ціни використовуються контрагентами під час переговорів при встановленні вихідної ціни. Вони відрізняються від контрактних цін на величину знижок, яка залежить від характеру угоди між покупцем і продавцем; від кон'юнктури ринку, що склалась в даний період.

Довідкові ціни можуть бути преїскурантними, номінальними та твердими.

- *Прейскурантна ціна* визначаються по прејскуранту або цінниках, в основному на товари промислового призначення.

- *Номинальна ціна* публікується у прејскурантах, довідниках або біржових котировках.

- *Тверда ціна* встановлюється у процесі договору про купівлю – продаж товару і змінам не підлягає.

В Україні такі ціни встановлені на комунальні послуги для населення, проїзд у міському транспорті, за спожиту електроенергію. Сфера застосування цих цін поступово звужується.

6. За рівнем монополності ціни класифікують на:

- *Конкурентна ціна* складається на конкурентному ринку під впливом попиту і пропозиції. Вона може бути демпінговою, якщо в окремих випадках є нижчою за собівартість.

- *Монопольна ціна* встановлюються виробниками або збутовиками, які є монополістами і займають найбільший сегмент ринку. Як правило, ці ціни можуть бути завищені. Тому їх величину регулює антимонопольний комітет України.

Державними органами або органами місцевого самоврядування встановлюються *регульовані ціни*, які мають наступні обмеження:

- може обмежуватись величина прибутку у ціні;

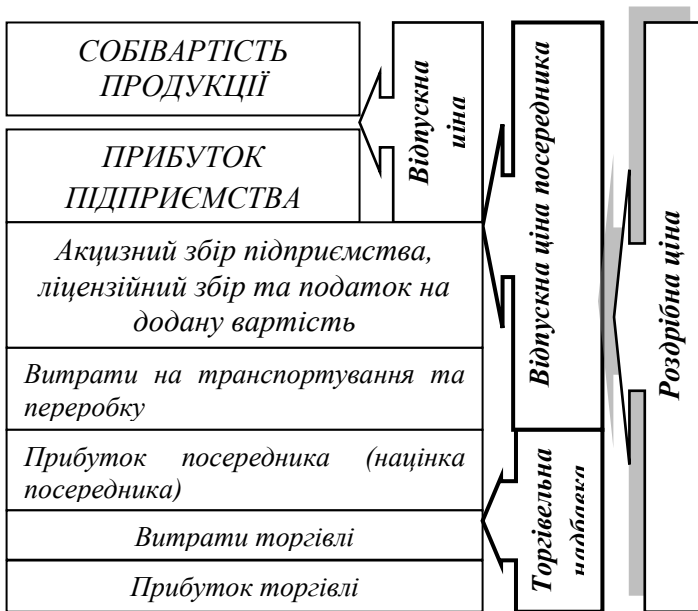
- може встановлюватись максимальний (мінімальний) рівень цін, вище або нижче підприємство не має право реалізувати товар.

Комісійна ціна встановлюються під впливом попиту та пропозиції; але з врахуванням початкової вартості товару і витрат, які ідуть на його реалізацію. Кінцева ціна змінюється в наслідок дії кон'юнктури ринку або зі згоди особи, яка здала товар на комісію.

Види цін поєднуються в їх систему, яка характеризується наступними *параметри*:

- рівень ціни – абсолютне кількісне вираження ціни в грошах;
- структура – визначення співвідношення елементів ціни у відсотках чи частках, може відрізнятися по окремих товарних групах;
- динаміка – зміна рівня ціни у часі, яку відображають за допомогою цінових індексів.

На рисунку 10.2 відображена схема формування



ринкової роздрібною ціни на продукцію.

Рис. 10.2 Схема формування ринкової роздрібною ціни на продукцію

10.3 Основні методи ціноутворення на продукцію

Ринкові відносини вимагають переходу до нових методів формування цін, що ґрунтуються на законах ринку. Вибір методів ціноутворення залежить від прийнятої маркетингової стратегії, а також від виду і характеристика товару (ступінь новизни, можливість заміни іншими товарами), ринкової кон'юнктури, стану підприємства в галузі.

Важливим елементом методології є *принципи ціноутворення*. Принципи – це постійно діючі основні положення, характерні для всієї системи цін які лежать в її основі.

Основними принципами ціноутворення є:

1. *Науковість обґрунтування цін* – базується на глибокому аналізі кон'юнктури ринку, усіх ринкових факторів, а також діючої системи цін. Залежить від повноти інформаційного забезпечення при їхньому встановленні.

2. *Цільова спрямованість цін* – визначення пріоритетних економічних і соціальних проблеми, у рішенні яких повинні використовуватись ціни.

3. *Принцип безперервності* – визначається динамічністю процесу ціноутворення, для кожного етапу товароруку встановлюється своя ціна.

4. *Принцип єдності процесу ціноутворення і контролю за дотриманням цін* – державні органи, що встановлюють і регулюють ціни зобов'язані їх контролювати, здійснювати систематичну перевірку правильності застосування встановлених законодавством правил ціноутворення вільних цін.

Ціноутворення являє собою процес формування цін на товари та послуги, визначення їх рівня та структури при взаємодії попиту та пропозиції, з врахуванням взаємних інтересів товаровиробників та споживачів. В сучасних умовах характерні дві основні системи ціноутворення: ринкове ціноутворення – формування цін на основі взаємодії попиту і пропозиції та централізоване державне ціноутворення – формування цін державними органами.

Поєднання категорій ринок та ціна обумовлено товарним виробництвом. Ціна розташована в «центрі» серед основних елементів процесу виробництва, які виступають у ролі факторів її утворення: виробничі та ринкові (рис. 10.3).

Ці елементи можна умовно поділити за ступенем впливу – на прямі та непрямі, за першочерговістю у формуванні

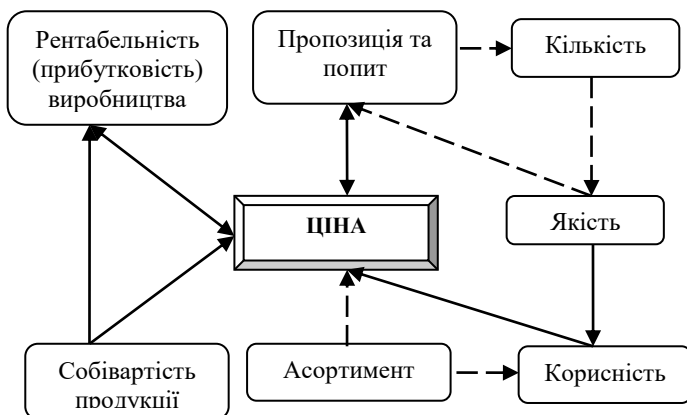


Рис. 10.3 Схема взаємозв'язку елементів формування ціни на продукцію

рівня ціни – на виробничі (собівартість й рівень прибутку) або ринкові (попит та пропозиція).

Виробничі фактори мають досить вагомий вплив при формуванні ціни на продукцію. Їх взаємозв'язок є прямо та зворотно пропорційним. З одного боку ціна на підприємстві формується під впливом вже визначених витрат при виробництві та бажаним рівнем прибутку, з іншого боку стихійна ринкова ціна може знижувати рівень прибутку підприємства при вже понесених витратах на виробництво цієї продукції. Отже, попит і пропозиція є особливими ринковими елементами, які формуються під впливом

кількості продукції, що пропонується, її якості та асортименту. Зміна останніх суттєво впливатиме на коливання ціни.

Окремою категорією формування ціни на продукцію виступає її корисність. Особливо її важливість проявляється при формуванні ціни на продукцію, яка характеризується своїми властивостями.

Для розрахунку ціни можуть бути використані різні методи, вибір яких залежить від особливостей продукції, фінансового стану підприємства та цілей, що ставить воно перед собою. Значний вплив на вибір методу розрахунку ціни оказує ступінь диференціації продукції за якістю. Мінімально можлива ціна продукції визначається її собівартістю, а максимально можлива – наявністю виняткових переваг даної продукції. Середній рівень ціни характеризується цінами продукції конкурентів та цінами на товари-замінники. Таким чином, при визначенні ціни необхідно враховувати як внутрішні обмеження (виробничі витрати: змінні і постійні, прибуток) так і зовнішні (купівельна спроможність, ціни товарів-конкурентів та замінників тощо).

При розрахунку ціни на продукцію необхідно виконання ряду послідовних етапів (рис. 10.4).



Рис. 10.4 Послідовність етапів розрахунку ціни на продукцію

1. Постановка задач та цілей ціноутворення.

Ціна на продукцію виконує виключно функцію отримання виручки від продажу. Вона є змінним фактором, який оказує прямий вплив на рівень виручки від реалізації та структури виробництва на підприємстві. Тому при розрахунку ціни на продукцію товаровиробник повинен чітко визначити цілі які він хоче досягти. Можливими цілями діяльності можуть бути:

- максимум прибутку – отримання максимуму прибутку у короткострокові періоди через визначення можливого попиту та попередніх витрат на виробництво;
- максимальне розширення виробництва – можливе тільки при детальному аналізі попиту та тісному співробітництві з науковими досягненнями;

- оптимальне збільшення збуту продукції – збільшення обсягів реалізації призведе до скорочення виробничих витрат на одиницю продукції та до збільшення прибутку. Підприємство може знижувати ціну до мінімально допустимого рівня, одночасно знижуючи витрати на одиницю продукції.
- лідерство в якості – ймовірно використання на підприємствах, які мають можливість встановити високу ціну, щоб покрити великі витрати, які пов'язані з підвищенням якості продукції та необхідними для цього затратами.

2. Визначення попиту.

Ціна та попит знаходяться в прямопропорційному зв'язку один від одного. Ціна може збільшуватись, якщо підвищується попит та зменшуватись, якщо він ослабшав. Проте, витрати на виробництво у першому та другому випадках залишаються не змінними. Підприємство повинно оцінити еластичність попиту на продукцію ціною, визначити можливу кількість продукції, яку ймовірно продати на ринку протягом визначеного часу за цінами різного рівню. Слід зазначити, що в даному випадку попит характеризує максимальну ціну за яку підприємство може продати свою продукцію.

3. Оцінка витрат на виробництво.

Витрати поділяють на два види: постійні та змінні. До постійних витрат відносять затрати, що не змінюються під впливом коливань обсягів виробництва, проте змінні витрати на пряму залежать від останніх. Постійні та змінні витрати об'єднуються в сукупні, які і характеризують нижню межу ціни. Тому, для визначення оптимальної ціни необхідно співставити структуру витрат відповідно запланованим обсягам виробництва.

4. Аналіз цін і якості продукції конкурентів.

Якщо попит визначає максимальну ціну, а витрати – мінімальну, то різниця між ними – це межі визначення оптимального рівня ціни. В даному випадку головне чітку

оцінити якість продукції та ціну конкурентів аналогічної продукції. Тільки після співставлення якості продукції конкурентів з якістю, що пропонується підприємством можна встановити відповідний рівень ціни: при наявності більш високої якості – більшу ціну та навпаки.

5. Вибір методу ціноутворення.

Існування ринкових цін вимагає від товаровиробників застосування певних методів визначення оптової ціни виробника, іншими словами – ціни пропозиції. В умовах ринку стратегія ціноутворення може ґрунтуватися на трьох основних підходах:

- ВИТРАТНІ МЕТОДИ
- НА ОСНОВІ ПОПИТУ СПОЖИВАЧІВ
- НА ОСНОВІ КОНКУРЕНЦІЇ.

I. Витратні методи визначення ціни – розрахунок ціни, виходячи із суми власних витрат підприємства.

Загальна методика розрахунку ціни витратними методами наступна:

- визначається виробнича собівартість продукції;
- додаються загальноуправлінські, загальногосподарські витрати;
- розмір чистого прибутку, який прагне отримати підприємство,
- податки та обов'язкові відрахування, що не увійшли до собівартості.

Витратні методи визначення ціни застосовуються здебільшого в умовах командно-централізованої економіки. В умовах ринкової економіки вони можуть бути базою для визначення окремих стратегій ціноутворення.

Існують наступні витратні методи ціноутворення:

- витрати плюс прибуток;
- мінімальні витрати;
- надбавка до ціни;
- цільове ціноутворення;
- з урахуванням «точки беззбитковості»;

Метод «витрати плюс прибуток»

Використовується у вітчизняній економіці при виконанні державних замовлень (науково-дослідних розробок, космічних програм, будівництві, військово-промислового комплексу), коли необхідні витрати передбачити важко. В умовах адміністративно – командної економіки цей метод був основним.

Розрахунок ціни за цим методом полягає в тому, що до витрат додається фіксований розмір прибутку. Ціна на товар (C) визначається за формулою:

$$C = C + P \cdot C_{\text{сум}} ; \quad (10.1)$$

де C – фактичні витрати виробництва, грн.

P – середній рівень рентабельності на ринку, у відсотках (встановлюється до загальної суми витрат;

$C_{\text{сум}}$ – сумарні витрати, пов'язані з виробництвом, реалізацією товару та адміністративні витрати, грн.

Труднощі виникають саме у визначенні розміру прибутку. Він залежить від галузі, видів товарів або послуг, характеристики підприємства (форми власності, технології, новизни товару). Як правило, беруть середній рівень прибутку в галузі.

Цей метод можуть використовувати: *підприємства монополісти* (тип цінової політики «ціновий лідер»); *підприємства, що виготовляють зовсім нову, оригінальну продукцію* (тип цінової політики, «знімання вершків»); *підприємства, що виготовляють продукцію з обмеженим державою рівнем рентабельності.*

Метод мінімальних витрат

Застосовують коли підприємство прагне вийти на ринок або збільшити на ньому власну питому вагу. Він полягає в тому, що підприємство розраховує ціну, виходячи з мінімальних витрат і без планування прибутку.

Цей метод має недоліки. Оскільки ціна встановлюється на рівні мінімальних витрат, будь-які зміни в них, суттєво впливають на відпускну ціну. В ціні не передбачається прибуток (в окремих випадках його мінімальний розмір).

Метод надбавок до ціни

Прикладом методу є демпінгова ціна. Він є одним з найпоширеніших методів ціноутворення, який полягає в тому, що ціну розраховують додаванням до витрат на виробництво товару і збут певної надбавки (коефіцієнта), тобто розрахунок здійснюють за формулою:

$$Ц = Цз \cdot Кн; \quad (10.2)$$

де $Цз$ – ціна закупівлі сировини, матеріалів, напівфабрикатів, грн.

$Кн$. – коефіцієнт (надбавка).

Існує два способи визначення надбавки і внесення її до ціни товару.

1. Розрахунок здійснюють виходячи з надбавки до собівартості продукції (у відсотках):

$$Ц = C + \left(1 + \frac{Hc}{100}\right); \quad (10.3)$$

де Hc – надбавка у відсотках до собівартості

2. Розрахунок здійснюють виходячи із бажаного доходу з обороту (ціни продажу):

$$Ц = \frac{C}{1 - \frac{Hцпр.}{100}}; \quad (10.4)$$

де $Hцпр$ – надбавка у відсотках до ціни продажу.

Метод цільового ціноутворення

(або метод забезпечення цільового прибутку на інвестований капітал)

Метод полягає у визначенні ціни як цільової для конкретного ринку з урахуванням діючих чинників або цільового прибутку. Підприємство прагне встановити таку ціну, яка дасть йому можливість покрити всі витрати й отримати заплановану норму прибутку на інвестований капітал. Ціну розраховують виходячи з: собівартості одиниці продукції, запланованої норми прибутку на інвестований капітал у відсотках; величини інвестованого капіталу; запланованого обсягу виробництва і збуту продукції:

$$Ц = \frac{C_c \cdot N_{пр} \cdot K_{інв}}{100 \cdot O_{вз}}; \quad (10.5)$$

де C_c – собівартість одиниці продукції, грн.

$N_{пр}$ – запланована норма прибутку на інвестований капітал у відсотках;

$K_{інв}$ – величина інвестованого капіталу, грн.

$O_{вз}$ – запланований обсяг виробництва і збуту продукції.

Цим методом розраховують собівартість продукції, яка дає змогу відшкодувати всі витрати підприємства (виробництва та реалізації), а також отримати такий прибуток, щоб зекономлені кошти спрямувати на розвиток підприємства та стимулювання праці працівників.

Недолік методу полягає в тому, що він не враховує попиту споживачів та їхнього інтересу до товару, ціни, за якою споживач може придбати цей товар, тому потрібно здійснювати коригування з урахуванням вимог споживачів.

Метод встановлення ціни з урахуванням точки беззбитковості

Метод полягає у визначенні ціни на основі розрахунку оптимального обсягу виробництва, який дає змогу відшкодувати всі витрати підприємства за рахунок

отриманих валових доходів, виходячи з точки беззбитковості.

$$Ц = Bз + \frac{B_{yn}}{Oв}; \quad (10.6)$$

де $Bз$ – змінні витрати на одиницю виробу, грн.

B_{yn} – умовно-постійні витрати виробництва, грн.

$Oв$ – кількість виробленої продукції.

Для розрахунку оптимальної ціни необхідно визначити залежність собівартості продукції від обсягу виробництва і виручки від обсягу реалізації.

II. Визначення ціни на основі попиту споживачів

Основна особливість цієї групи методів полягає у протилежному порядку визначення ціни щодо витратних методів.

Для розрахунку ціни визначаються попит населення та найбільша ціна, що діє на ринку. Від цієї ціни віднімається бажаний розмір прибутку і визначається собівартість. Отриманий результат порівнюється з розрахунковою собівартістю й робиться висновок щодо доцільності виробництва товару. Якщо визначена собівартість перевищує розрахункову, приймається рішення про виробництво товару. В іншому разі, приймається рішення про зменшення прибутку, додаткову економію витрат або взагалі про припинення виробництва.

До основних методів визначення ціни на основі попиту споживачів відносяться такі методи:

- на основі мінімальних витрат – основою є конкурентна ринкова ціна, яка склалася під впливом попиту та пропозиції. Визначають мінімальний прибуток, який може отримати підприємство, і собівартість, причому умовно-постійні та змінні витрати визначаються окремо. Недолік методу полягає у важкості визначення умовно-постійних і змінних витрат для конкретного товару, якщо підприємство

виробляє широкий асортимент продукції. Також не враховуються інші чинники, наприклад, заходи конкурентів, а лише попит. Цей метод застосовується з метою орієнтації на початкову розрахункову ціну.

- *максимальний розмір прибутку* – метод використовується, коли відомі функції попиту та пропозиції. Згідно із законом попиту зниження ціни на товар збільшує обсяг попиту (обсяг збуту) і навпаки, тому підприємство хоче знайти таку точку ціни на кривій попиту, яка забезпечить йому максимальний прибуток у найближчій перспективі. Мета методу – одержати короткостроковий максимальний прибуток, який встановлюється на рівні найбільших витрат виробництва тоді ціна визначається за формулою:

$$Ц = \frac{П + (Вп + Вз) \cdot Ozб}{Oзб}; \quad (10.7)$$

де $П$ - прибуток підприємства, грн.

$Ц$ - ціна товару, грн.

$Oз$ – обсяг збуту, од;

$Вп$ – постійні витрати за певний період в розрахунку на одиницю продукції продажу, грн.

Підприємство з метою визначення максимальної ціни та відповідного обсягу реалізації може встановлювати різні ціни, тобто ціна встановлюється експериментально. Для отримання даних може проводитись ринкове тестування товару, в ході якого знижують ціни і фіксують при цьому кількість реалізованого товару. Після обробки результатів дослідження знаходять оптимальну ціну, яка забезпечить підприємству максимальний прибуток протягом певного періоду. Цей метод застосовується при розробці стратегії ціноутворення «збирання вершків».

- *орієнтація на ринкові ціни* – метод передбачає встановлення ціни залежно від середніх цін, що склалися на

ринку, та його кон'юнктури. При цьому прибуток і собівартість не мають особливого значення.

Метод належить до пасивних і використовується тоді, коли ціни на ринку на деякий час стабілізувались. Цей метод застосовується для визначення цін на товари широкого вжитку, коли підвищення цін на них можливе у разі покращення якості.

- *Метод змагання*(аукціон) – застосовується при продажу товарів на аукціонах, біржах, оптових, роздрібних ринках, коли споживачі змагаються між собою за право купівлі унікального товару (предмети антикваріату, мистецтва тощо) і ціну визначає попит на нього.

III. Визначення ціни на основі конкуренції

Методи цієї групи застосовують тоді, коли підприємство діє на конкурентному ринку, орієнтується на ціни конкурентів і постійно їх коригує. Головними чинниками при визначенні ціни є не витрати виробництва і попит, а кількість і дія конкурентів. Методи передбачають аналіз собівартості, її складу та собівартості виробу конкурентів, визначення можливостей зменшення окремих її частин.

До основних методів визначення ціни на основі конкуренції належать такі методи:

- *на основі рівня поточних цін* – застосовується коли виробник орієнтується на ціну підприємства, яке контролює найбільшу питому вагу на ринку. При цьому можлива невелика націнка або знижка на товар. Метод має модифікації, так в умовах чистої конкуренції й однорідної продукції ціна встановлюється на рівні поточної ринкової, або декілька нижче. Подібне має місце і на монополістичному ринку, коли малі фірми змінюють ціну, коли її міняє ціновий лідер.

- *за рівнем конкурентоспроможності товару* – використовується якщо підприємство розробило новий товар із певними технічними та економічними параметрами, відмінними за аналогічні параметри товару конкурента, тоді ціна на нього встановлюється з урахуванням інтегрального показника конкурентоспроможності;

- на підставі торгів (або тендерного ціноутворення) – розглядається коли має місце конкурентна боротьба товаровиробників, наприклад, контракт виконання виробничо-технічного проекту на виробництво складного виробу із заздалегідь визначеними параметрами, науково-дослідну розробку, будівництво об'єкта тощо. Торги можуть бути відкриті або закриті. Відкриті торги проводять для порівняно нескладних проектів, у здійсненні яких хоче взяти участь багато підприємств. До участі у закритих торгах залучають обмежену кількість підприємств-конкурентів із високою репутацією. Мета кожного конкурента виграти тендер, для цього треба запросити ціну нижчу, ніж у інших, але не нижче рівня собівартості. Чим вища ціна, тим менша ймовірність отримання замовлення, виходячи з чого можна одержати оцінку очікуваного прибутку, і запропонувати ту ціну, яка веде до збільшення прибутку.

10.4 Сутність цілі та особливості формування цінової стратегії та цінової політики підприємств

Враховуючи нестабільну ситуацію, що складається іноді на ринку, підприємство не завжди має вплив на процес ціноутворення. Тому, для швидкого реагування на зміни у ринковому середовищі кожне підприємство має розробити власну цінову стратегію.

Цінова стратегія – це план дій підприємства, що розробляється на певний період з метою передбачення змін базових цін підприємства відповідно до зміни кон'юнктури ринку та власної цінової політики.

Найбільш відомі наступні цінові стратегії підприємства та їх різновиди:

1. *Стратегія диференційованого ціноутворення* – заснована на неоднорідності покупців та можливості продажу одного й того ж товару за різними цінами. Ця стратегія має різновиди:

- стратегія знижки на другому ринку заснована на особливостях умовно-змінних та умовно-постійних витрат за договором;

- стратегія періодичної знижки застосовується для тимчасових періодичних знижок цін на модні товари, застарілу продукцію після закінчення сезону, враховуючи попит різних категорій покупців. При цьому характер зниження цін можна прогнозувати наперед як підприємствам та і споживачам;

- стратегія «випадкової» знижки спирається на принципі продажу за знижками продукції інформованим покупцям з одночасним продажем товару непроінформованим споживачам за високою ціною.

2. *Стратегія конкурентного ціноутворення* спирається на рівні конкурентоспроможності підприємства через ціни. Виступає у вигляді:

- стратегії проникнення на ринок – використовується для впровадження нових товарів на ринок;

- стратегія сигналізування – побудована на використанні підприємством довіри покупців до цінового механізму конкуруючих підприємств, які залучають недосвідчених покупців високими цінами, але якість товару-конкурента – низька;

- географічна стратегія – використовується при продажу товару на ринках, різних за своєю віддаленістю.

3. Стратегія асортиментного ціноутворення застосовується коли підприємство виробляє аналогічні, взаємопов'язані та взаємозамінні товари. Застосовують різновиди:

- стратегія «набір» – застосовується у випадках нерівномірного попиту на однорідний товар;

- стратегія «комплект» – ґрунтується на різній оцінці покупцями одного або декількох товарів;

- стратегія «вище за номінал» – застосовується підприємством у разі нерівномірного попиту на

взаємозамінні товари, отримання додаткового прибутку можливо якщо збільшити масштаби виробництва;

- стратегія «імідж» застосовується якщо покупці орієнтуються на якість взаємозамінного товару.

Складовою стратегії ринкової поведінки товаровиробника є цінова політика.

Цінова політика – це сукупність економічних і організаційних заходів, спрямованих за допомогою цін на досягнення кращих результатів господарської діяльності, забезпечення стійкості збуту, одержання прибутку.

Цінова політика покликана визначити не тільки ціну товару в залежності від ринків, але й її зміну у відповідності з життєвим циклом товару, діями конкурентів, зміною загальної кон'юнктури та іншими факторами.

Цінова політика підприємства базується на таких *принципах*:

- відповідність напрямку та змісту цінової політики напрямкам і змісту економічної політики підприємства загалом, при цьому мета та завдання їх мають бути однаковими;

- формування ціни з урахуванням кон'юнктури ринку відповідних товарів і змін, що відбуваються на ньому;

- залежність від видів і форм збуту, кількості каналів збуту, форми реалізації товарів споживачам, а також з врахуванням видів споживачів, форм розрахунку за товар та його якості.

- гнучкість політики ціноутворення, за допомогою різних знижок на цін товару для різних споживачів;

- залежність від якості товару та ступеня його новизни для споживача, що досягається використанням нових технологій та нового обладнання;

- врахування зовнішніх та інших чинників, що не залежать від підприємства і впливають на цінову політику.

Загалом розробка політики ціноутворення може базуватись на двох підходах: *витратному та споживчому*.

Для витратного підходу характерна така послідовність елементів:

ВИРОБНИЦТВО – ВИТРАТИ – ЦІНА – ЦІННІСТЬ – СПОЖИВАЧ.

Основним елементом є виробництво, що об'єднує матеріальні, трудові, фінансові ресурси, безпосередньо виробництво за певною технологією й усі витрати виробництва. За таким підходом підприємство може не мати прибутку взагалі або не ставити за мету його одержати. Також незначна увага приділяється цінності виробу, його якості та задоволенню потреб споживача.

Споживчий підхід характеризується такою послідовністю елементів:

СПОЖИВАЧ – ЦІННІСТЬ – ЦІНА – ВИТРАТИ – ВИРОБНИЦТВО

За таким підходом основним є попит споживачів і цінність для них виробу. Це дає можливість визначити відповідний сегмент ринку та ціну на ньому для подальшого визначення витрат і можливого прибутку. Виробництво починають беручи за основу певний обсяг витрат.

У практиці маркетингової політики підприємств розрізняють *п'ять типів цінової політики*:

1. *Ціновий лідер* – тип цінової політики, характерний для великих фірм, що володіють значною часткою ринків, обумовлює монопольно високі ціни.

2. *Слідування в фарватері* – тип цінової політики, характерний для дрібних фірм, що випускають продукцію подібну монополістам, не володіють вагомою часткою ринку, але орієнтуються на великі фірми.

3. *Атака* – тип цінової політики товаровиробників, які прагнуть зайняти на ринку положення лідера, тому різко знижують ціну на товар (інколи нижче витрат), створюючи монопольне положення на ринку. Після чого ціни встановлюються на рівні ринкових.

4. *Знімання вершків* – тип цінової політики, коли при введенні нового товару на ринок, покупці готові дати за нього

будь-яку високу ціну, а продавці одержують максимальний прибуток від реалізації кожної одиниці товару. Обов'язкова умова використання в практиці цього типу – неможливість швидкого виробництва конкурентами подібних товарів.

5. *Впровадження* – цей тип цінової політики передбачає, що товар вводиться на ринок за дуже низькою ціною й відрізняється простотою виробництва (предмети першої необхідності). В міру завойовування ринку ціна повертається до нормального рівня.

Аналіз цінової політики і її формування безпосередньо впливають на результати діяльності підприємства. Уміле маневрування цінами надає можливість підприємству підвищити рівень своєї адаптаційної спроможності, швидко реагувати на зміну ринкової ситуації і перемагати в конкурентній боротьбі.

? ! || ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Сутність та зміст маркетингової товарної політики.
2. Основні складові та структура маркетингової товарної політики.
3. Загальна характеристика цін.
4. Функції цін та фактори, що впливають на їх рівень.
5. Класифікація та види цін.
6. Основні принципи ціноутворення.
7. Елементи ціни на продукцію та етапи її формування.
8. Загальна характеристика методів ціноутворення.
9. Витратні методи ціноутворення.
10. Методи визначення ціни на основі попиту споживачів.
11. Визначення ціни на основі конкуренції.
12. Сутність та види цінової стратегії підприємства.
13. Характеристика та принципи цінової політики.
14. Типи цінової політики.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Сучасний стан ціноутворення на продукцію підприємств України.
2. Найпоширеніші методи ціноутворення продукції підприємств різних секторів економіки.
3. Динаміка рівня цін на продукцію різних галузей економіки України.
4. Динаміка та шляхи удосконалення ціноутворення продукції підприємств України.
5. Державна політика в сфері ціноутворення продукції підприємств різних галузей економіки України.
6. Особливості ведення зовнішньої торгівлі на Україні.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Система дій підприємства для визначення місця товару на ринку, задоволення конкретного потенційного споживача товарами, широкої можливості їх вибору та досягнення підприємством власних цілей – це:
 - а) маркетингова товарна політика;
 - б) цінова політика;
 - в) маркетингова політика;
 - г) кадрова політика.
2. Маркетингова товарна політика складається з :
 - а) розробки товару;
 - б) обслуговування товару;
 - в) елімінування товару;
 - г) всі відповіді вірні.
3. Ціна – це:
 - а) економічна категорія, що означає суму грошей, за яку продавець хоче продати товар;

- б) економічна категорія, яка означає суму грошей за яку покупець готовий купити товар;
 - в) грошове вираження вартості товару;
 - г) всі відповіді вірні.
4. Функція ціни, за допомогою якої здійснюється зв'язок між виробництвом і споживанням, пропозицією та попитом – це:
- а) збалансованості попиту і пропозиції;
 - б) стимулююча;
 - в) розподільча;
 - г) функція раціонального розміщення.
5. Функція ціни, яка бере участь в розподілі або перерозподілі національного чистого доходу між галузями економіки, державними та іншими її секторами, різними формами власності – це:
- а) розподільча;
 - б) інформаційна;
 - в) стимулююча;
 - г) збалансованості попиту і пропозиції.
6. За методом встановлення розрізняють ціни наступних видів:
- а) державні, договірні, вільні;
 - б) державні, контрольні, вільні;
 - в) виробничі, договірні, вільні;
 - г) виробничі, посередницькі, вільні.
7. Ціна, яка встановлюється виробниками або реалізаторами, які є монополістами і займають найбільший сегмент ринку – це:
- а) конкурентна,
 - б) монопольна;
 - в) номінальна;
 - г) ціна виробника.
8. Ціна, яка складається на конкурентному ринку під впливом попиту і пропозиції – це:
- а) конкурентна;
 - б) номінальна;

- в) монопольна;
 - г) договірна.
9. За наявності посередників у товарорусі продукції розрізняють наступні види цін:
- а) виробництва, гуртова, роздрібна;
 - б) виробництва, гуртова, ринкова;
 - в) посередника, гуртова, роздрібна;
 - г) посередника, виробника, роздрібна.
10. За методом встановлення розрізняють ціни наступних видів:
- а) державні, договірні, вільні;
 - б) державні, контрольні, вільні;
 - в) виробничі, договірні, вільні;
 - г) виробничі, посередницькі, вільні.
11. Тип цінової політики, при якій фірми володіють значною часткою ринків, обумовлюючи монопольно високі ціни – це:
- а) ціновий лідер;
 - б) атака;
 - в) знімання вершків;
 - г) стратегія впровадження.
12. Тип цінової політики, при якій товаровиробники прагнуть зайняти на ринку положення лідера, тому різко знижують ціну на товар, створюючи монопольне положення на ринку, а потім ціни встановлюються нарівні ринкових – це:
- а) атака;
 - б) ціновий лідер;
 - в) знімання вершків;
 - г) стратегія впровадження.
13. Тип цінової політики, коли при введенні нового товару на ринок, покупці готові дати за нього будь-яку високу ціну, а продавці одержують максимальний прибуток від реалізації кожної одиниці товару – це:
- а) знімання вершків;
 - б) стратегія слідування в фарватері;

- в) ціновий лідер;
 - г) впровадження.
14. Розрахунок ціни, виходячи із суми власних витрат підприємства передбачає метод:
- а) витратний;
 - б) попиту споживачів;
 - в) конкуренції;
 - г) кон'юнктури ринку.
15. Витратний метод, який застосовують коли підприємство прагне вийти на ринок або збільшити на ньому власну питому вагу – це метод:
- а) мінімальних витрат;
 - б) надбавок до ціни;
 - в) витрати плюс прибуток;
 - г) цільове ціноутворення.
16. Метод, при якому ціну розраховують додаванням до витрат на виробництво товару і збут певної надбавки – це:
- а) надбавок до ціни;
 - б) мінімальних витрат;
 - в) витрати плюс прибуток;
 - г) цільового ціноутворення.
17. За допомогою даного методу визначають ціну, коли має місце конкурентна боротьба товаровиробників:
- а) за рівнем конкурентоспроможності товару;
 - б) на підставі торгів;
 - в) за рівнем конкурентоспроможності підприємства;
 - г) вірна відповідь відсутня.

ПРОГНОЗУВАННЯ ТА ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

- 11.1 Планування: сутність, методи, принципи, види.
- 11.2 Природа стратегічного планування.
- 11.3 Сутність категорії «стратегічне планування».
- 11.4 Сучасні умови планування діяльності підприємств.

Ключові терміни

- *план*
- *планування*
- *методи*
- *принципи*
- *види*

11.1 Планування: сутність, методи, принципи, види

Зараз існують дуже істотні розбіжності в прийнятих підходах до трактування самого поняття «планування». Західні фахівці вважають, що планування не обов'язково має на увазі такі атрибути державної діяльності, як створення бюрократизованої планово-економічної системи або періодичну розробку планів-програм розвитку, які підносилися в умовах функціонування соціалістичної економіки навіть у ранг закону. План у ринковій економіці не є законом, що підпорядковує собі все управління. **План** – це лише один з інструментів і методів управління, націлених на підвищення ефективності різноманітних форм господарювання. *Планування як функція управління* – це управлінська діяльність, яка має своє відображення в поточних та перспективних планах та фіксує майбутній стан об'єкта управління в поточні моменти часу.

Обґрунтованість планів може бути дуже різною, що залежить від багатьох умов: технології, професіоналізму, у тому числі й використаних методів.

Методи планування повинні відповідати таким вимогам:

- бути адекватними зовнішнім умовам господарювання, особливостям різних етапів процесу становлення та розвитку ринкових відносин;
- якнайповніше враховувати профіль діяльності об'єкта планування та різноманітні засоби досягнення основної підприємницької мети – збільшення прибутку;
- відповідати видовим ознакам плану, що розробляється.

Класифікацію найвідоміших методів планування, за вітчизняним науковцем М. Г. Грецаком, наведено в табл. 11.1.

Надійність планування залежить від принципів, які використовуються в плануванні. В економічній літературі широко обговорювали *принципи планування* і називали багато з них: наукова обґрунтованість, безперервність, дійсність, завантаженість, багатоваріантність та інші.

Залежно від тривалості планового періоду планування поділяють на перспективне і поточне. *Перспективне* планування на підприємстві охоплює *довгострокове* (стратегічний план) та *середньострокове* (тактичні плани). Залежно від горизонту планування, перспективний план розробляється за різним ступенем деталізації. При цьому тактичні плани необхідні для здійснення стратегічного плану, тому що передбачають виконання певної частини стратегії підприємства.

**Класифікація методів планування
діяльності та розвитку підприємства**

Класифікаційні ознаки	Методи планування
Вихідна позиція для розробки плану	<ul style="list-style-type: none"> • Ресурсний (за можливостями) • Цільовий (за потребами)
Принципи визначення планових показників	<ul style="list-style-type: none"> • Екстраполяційний • Інтерполяційний
Спосіб розрахунку планових показників	<ul style="list-style-type: none"> • Експериментально-статистичний (середніх показників) • Факторний • Нормативний
Узгодженість ресурсів та потреб	<ul style="list-style-type: none"> • Балансовий • Матричний
Варіантність планів	<ul style="list-style-type: none"> • Моноваріантний (інтуїтивний) • Поліваріантний • Економіко-математичної оптимізації
Спосіб виконання розрахункових операцій	<ul style="list-style-type: none"> • Ручний • Механізований • Автоматизований
Форма подання планових показників	<ul style="list-style-type: none"> • Табличний • Лінійно-графічний • Логіко-структурний (сітьовий)

Як правило, вони мають більш короткий період планування, взагалі – найближчий рік. Найважливішими складовими середньострокового плану є детальна хронологізація проектів, повна номенклатура продукції, що

виготовляється, конкретні інвестиційні та фінансові показники.

Поточне планування передбачає розробку планів на всіх рівнях управління підприємством та за всіма напрямками його діяльності на більш короткі періоди (квартал, місяць).

Різновидом поточного планування є *оперативно-календарне планування*, тобто календарне погодження виробничого процесу між структурними підрозділами з урахуванням послідовності та параметрів технологічного процесу.

За Р.Л. Дафтом, оперативні плани розробляються на нижчих рівнях організації, вказують поступовість дій для досягнення операційних цілей і забезпечують виконання тактичних планів. Оперативне планування передбачає розробку планів-графіків як для менеджерів відділів, так і для окремих співробітників.

Графіки – важлива складова планування, тому що вони визначають конкретні часові межі для вирішення кожного операційного завдання, без чого не буде досягнуто ні тактичних, ні стратегічних цілей. Операційне планування повинно бути пов'язане з можливостями бюджету, тому що виконання кожного пункту плану передбачає виділення відповідних ресурсів.

11.2 Природа стратегічного планування

Сучасні мінливі умови зовнішнього середовища зумовлюють потребу в новому підході до здійснення процесу планування на підприємстві. Тут необхідно чітко визначати основні положення стосовно трьох тісно пов'язаних між собою понять: *стратегії* як сукупності засобів, за допомогою яких підприємство наближається до досягнення своїх довгострокових цілей; *стратегічного планування* як деталізованого опису довгострокових цілей та самої стратегії їх досягнення; *стратегічного менеджменту* як процесу

управління довгостроковими цілями, стратегією та її здійсненням.

Стратегічне планування – це не просто визначення стратегії. При ньому повинна бути звернена увага на культуру, структуру та системи в організації таким чином, щоб кожен елемент організації міг бути мобілізований для забезпечення ефективності стратегії. *Стратегічне управління* містить у собі і *стратегію* і *стратегічне планування*, але означає дещо більше: це той спосіб дії, за допомогою якого стратегія стає рушійною силою на підприємстві.

Існує багато стратегічних шкіл, які пояснюють природу стратегічного планування (табл. 11.2). Але ми пропонуємо звернути увагу на базові стратегічні школи, дослідження яких було спрямовано головним чином на визначення найбільш вдалого методу стратегічного планування, а саме на школу дизайну та школу планування.

Школа планування визнає багато вихідних положень школи дизайну, але існують і деякі вагомні розбіжності. Так, прихильники школи дизайну багато уваги приділяють проблемі цінностей, тоді як школа планування передбачає розробку складних процедур, які необхідні для роз'яснення і, якщо можливо, кількісного представлення цілей організації, а також відокремлює цілі від стратегії.

Школа планування розглядає практичну реалізацію моделі стратегічного планування дуже формально, практично автоматично. Проста неформальна модель школи дизайну перетворюється в суворо визначену послідовність кроків.

З точки зору школи планування, центральною фігурою стратегічного процесу є плановик. Керівництво організації має другорядну роль. Воно несе відповідальність за принципову сторону всього стратегічного процесу, плановики – за практичну.

Таблиця 11.2

Характеристика стратегічних шкіл

№	Школа	Сутність
1.	Дизайну	передбачає, що створення стратегії – це процес неформального дизайну (конструювання, проектування, моделювання), а суттєво – процес осмислення та розробки
2.	Планування	розглядає створення стратегії як відносно ізольований систематичний процес формального планування
3.	Позиціонування	займається не стільки процесом формування стратегії, скільки їх актуальним змістом. Увага її представників концентрується на виборі стратегічних ринкових позицій фірми
4.	Підприємництва	розглядає процес створення стратегії як спробу зазирнути в майбутнє
5.	Когнітивна	намагається зрозуміти наміри стратега, спираючись на логіку когнітивної психології
6.	Навчання	вважає, що розробляти стратегію від початку до кінця немає сенсу, а необхідно це робити поступово, крок за кроком, у міру розвитку організації
7.	Влади	розглядає стратегію як процес переговорів між конфліктуючими групами всередині організації або між організацією і протидіючим їй оточенням
8.	Культури	вважає, що принципи формування стратегії визначаються культурою організації, звідси і стратегічний процес є колективним
9.	Зовнішнього середовища	передбачає, що створення стратегії це реактивний процес, на який впливає лише зовнішнє середовище
10.	Конфігурації	об'єднує процес розробки стратегії, зміст стратегії, організаційну структуру і оточення в окремі стадії, які становлять життєвий цикл підприємства

Після завершення процесу стратегічного планування, стратегії, на думку представників школи планування, повинні бути повністю спроможні до їх практичного застосування. Прихильники школи дизайну вважають, що значна частина того, що називається стратегічним плануванням, становить саме стратегічний контроль.

Крім того, словосполучення «стратегічний контроль» можна розглядати в значенні перегляду і прийняття запропонованих стратегій. А школа планування передбачає, що контроль за стратегією – це підтримка постійної націленості організації на виконання стратегічних завдань.

11.3 Сутність категорії «стратегічне планування»

Так що ж таке взагалі стратегічне планування? У багатьох системах використовується визначення стратегічного планування подібне до визначення американського вченого в галузі менеджменту А. Чандлера, який у своїй класичній книзі «Стратегія і структура» дає визначення стратегії, з якого стає зрозуміло, що *стратегічне планування* – це визначення головних довгострокових цілей і завдань підприємства, прийняття наряду дій та розподіл ресурсів, необхідних для виконання встановлених цілей.

Аналогічне визначення стратегічного планування дають Голландська асоціація стратегічного планування (VSB), Р.Л. Дафт та багато інших вчених у галузі стратегічного управління. Вони вважають, що стратегічне планування має, як правило, довгостроковий характер: дії розписуються на строк від двох до п'яти років наперед.

Існує думка, що такі визначення, як стратегічне планування, корпоративне планування, корпоративна стратегія, стратегічний менеджмент, стратегія бізнесу та планування бізнесу, при застосуванні використовуються як синоніми. Хоча деякі вчені розрізняють ці терміни, кожен з них має відношення до однієї загальної концепції – концепції стратегічного управління. Дж. Харрісон та його колеги

(Harrison et al., 1995) вказують, що «стратегія дає змогу пояснити місію, встановити чіткі довгострокові цілі організації і сформулювати зрозумілі кроки, спрямовані до їх досягнення».

Відповідно до визначення авторитетного американського спеціаліста в галузі менеджменту П. Лоранжа, процес стратегічного планування є допоміжним інструментом у прийнятті управлінських рішень, головне завдання якого полягає в забезпеченні ефективності нововведень і змін у компанії. Він передбачає чотири основних види управлінської діяльності у межах стратегічного планування, а саме: розподіл ресурсів, адаптація до зовнішнього середовища, внутрішня координація та організаційна стратегічна поведінка.

Українські вчені вважають, що довгостроковий план виражає стратегію розвитку підприємства, у ньому використано рішення, що стосуються сфер діяльності та вибору її напрямів. Він має більш концептуальний характер, а необхідний цифровий матеріал використовується лише для обґрунтування названих рішень.

За останні роки з'явився ряд публікацій українською та російською мовами, що присвячені проблемам стратегічного управління, в яких теж пропонується досить велика кількість дефініцій поняття стратегічного планування.

На думку деяких українських вчених, період, на який визначається стратегія, є похідною величиною і залежить від мети підприємства, сутності та обсягу стратегічних дій, які передбачаються до реалізації. Тобто можна сказати, що стратегія не є функцією часу, а передусім виступає функцією змісту, напряму розвитку. На відміну від довгострокових планів, стратегія може бути переглянута в будь-який момент (екстремальна, але цілком можлива ситуація). Без очікування кінця планового періоду стратегія може бути заново визначена у зв'язку з реалізацією попередньої і таке інше.

Безумовно, стратегічний план розробляється на основі прийнятої стратегії. Але ці поняття не є синонімами, оскільки

реальна стратегія будь-якого підприємства містить у собі дві частини: заплановані дії та необхідні поправки у випадку непередбачених обставин (незаплановані стратегічні рішення). Як вважають А.А.Томпсон і А.Дж. Стрікленд, стратегію краще за все розглядати «як комбінацію із запланованих дій і швидких рішень з адаптації до нових досягнень промисловості та нової диспозиції на полі конкурентної боротьби». У всякому випадку елемент незапланованості завжди присутній у будь-якій стратегії, що, напевно, і відрізняє її від визначеного плану.

У літературі, присвяченій проблемі управління підприємством, під стратегією частіше за все розуміють довгострокові плани вищого керівництва щодо досягнення перспективних цілей підприємства. Але визначення «стратегія», а відповідно, і розуміння стратегічного планування як процесу розробки стратегії, змінюється разом з ускладненням умов ведення бізнесу.

11.4 Сучасні умови планування діяльності підприємств

Вивчаючи численні праці зі стратегічного планування та управління, ми дійшли до висновку, що всі вони зосереджені на проблемі збереження та розвитку підприємства. Класичні концепції стратегічного цілепокладання, позиціонування та розвитку орієнтують мислення людини, яка приймає рішення, в напрямку пошуку найкращих, з точки зору комерційного ефекту, видів діяльності. А результатом стратегічного планування виявляються прості рекомендації щодо зростання інвестицій в одному напрямку діяльності та деінвестицій в іншому. Якщо дотримуватися отриманих таким чином стратегічних планів, високорентабельні напрями діяльності підприємства будуть переважані інвестиціями, а в напрямках, показники ефективності діяльності яких є недостатньо високими, буде спостерігатися дефіцит засобів виробництва та зниження ділової активності.

Єдиний економічний простір, який виникає в процесі інтеграції та глобалізації, змінює масштаби конкуренції підприємств та умови конкурентної боротьби. Якщо є спільний ринок технологій, спільний ринок робочої сили, спільний ринок сировинних ресурсів, фінансового капіталу, то проблема досягнення конкурентної переваги набуває зовсім іншого змісту та значення. Конкурентної переваги зараз можна досягти за рахунок створення та розвитку деякої відмінної якості, яка користується попитом у споживачів, на підставі відмінних властивостей самого підприємства, а не технологій та факторів, до яких у нього є доступ.

Мотиви та характер взаємодії людей та їх угруповань на підприємстві визначаються їх цілями, що мають походження із змісту їх діяльності. Зміна змісту діяльності викликає зміну й самого підприємства. Якщо зміни на підприємстві пов'язані із змінами в тому, що розглядається як його сутність, об'єктом стратегічного планування має бути доцільна діяльність осіб, які взаємодіють.

Якщо підприємство прагне до самозбереження, воно повинно турбуватися, в першу чергу, не про збереження свого внутрішнього порядку, а про своє призначення. Внутрішній порядок, який підтримується на підприємстві, стає недоцільним, коли втрачається його функціональна корисність. Але функціональна корисність того, що робить підприємство, визначається не ним самим, а його зовнішнім оточенням. Оцінки функціональної корисності діяльності підприємства мають властивість змінюватися залежно від зовнішнього оточення підприємства, в якому вони виникають. Таким чином, щоб самозберегтися, підприємство повинно постійно відповідати на зміни свого оточення, або активно впливати на нього з метою обґрунтування та усталення уявлень про свою функціональну корисність, або здійснювати комбінацію першого і другого.

Постійно відповідаючи на зміни свого зовнішнього оточення, підприємство намагається підтримати свій доцільний порядок. Активний вплив на зовнішнє оточення

дає змогу підприємству бути зорієнтованим на збереження штучно доцільного порядку.

У будь-якому випадку, який викликає прийняття рішення, управлінець, перш за все, повинен розглянути його крізь призму тієї системи принципів, правил та пріоритетів, які діють на його підприємстві. Це допоможе йому діяти у напрямку стратегічної лінії поведінки підприємства, максимально спростити організаційну структуру управління, перейти до децентралізованої системи прийняття оперативних рішень і таким чином максимально підвищити гнучкість та стійкість всієї виробничо-господарської системи підприємства. Саме розробка системи принципів, правил та пріоритетів, які визначають спосіб дії виробничо-господарської діяльності підприємства, і повинна становити *сутність стратегічного планування*.

Принцип альтернативності напрямів стратегічного розвитку і шляхів досягнення цілей є ще однією властивістю, що відрізняє стратегічне планування від попередньої практики довгострокового екстраполяційного планування.

Дуже справедливою видається точка зору Р. Акоффа, який вказує, що наше знання про майбутнє може бути розділене на три види: певність, непевність і незнання. Для ринкової економіки більш характерною є саме та ситуація, коли непевність поведінки зовнішнього середовища переходить у категорію незнання. У таких умовах визначальним є перехід від планування за варіантами розвитку до планування за реагуванням на зміни в стані зовнішнього середовища.

Найбільш поширеним способом дослідження альтернативності є розгляд трьох сценаріїв майбутнього розвитку зовнішнього середовища:

- найбільш сприятливого (оптимістичного);
- найбільш несприятливого (песимістичного);
- найбільш імовірного.

Але через практичну неможливість досягнення повної відповідності між фактичним і реальним розвитком подій стратегічне планування робить натиск на підвищення потенціалу адаптивності підприємств до зовнішніх умов, які швидко змінюються.

Незважаючи на прогресивний характер такого підходу, слід зазначити, що розробка лише трьох базових сценаріїв розвитку вже не може повною мірою задовольнити потреби підприємства в умовах крайньої нестабільності поведінки зовнішнього середовища. Необхідно більш гнучке зондування проміжних варіантів очікуваного стану. Тому на перший план виходять проблема передбачення розвитку можливих подій у майбутньому, оцінка очікуваних наслідків, створення умов для адаптації підприємства до змін зовнішнього середовища. При цьому вони повинні забезпечити врахування найважливіших особливостей сучасних подій розвитку ринкової економіки: непевності поведінки зовнішнього середовища й альтернативності можливих дій підприємства у відповідь на цю непевність. Планування вже не повинно виступати як рух показників, завдань і даних про їх виконання. Воно має забезпечити рух всеосяжної інформації на основі постійного діалогового процесу суб'єктів планових і ринкових відносин.

Головним завданням науки і практики планування сьогодні, на наш погляд, є виявлення можливостей розробки і реалізації нових моделей і методів стратегічного планування, з урахуванням конкретних ситуацій і особливостей функціонування різноманітних суб'єктів господарювання. Все це висуває нові вимоги до планування в сучасних умовах і зумовлює необхідність осмислення нових принципів і підходів до організації планової діяльності.



ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Поняття «план».
2. Сутність процесу планування.
3. Методи планування.
4. Принципи планової діяльності.
5. Види планування.
6. Природа стратегічного планування.
7. Стратегічні школи.
8. Стратегія, її розробка, стратегічне планування.
9. Сучасні умова планування діяльності підприємств.
10. Способи прогнозування майбутнього.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Прогнозування, планування й регулювання діяльності підприємства.
2. Планування та прогнозування витрат на підприємстві.
3. Планування і мотивація діяльності.
4. Стратегічне планування інвестиційної діяльності.
5. Стратегічне планування – основа довгострокового бізнесового благополуччя.
6. Сучасний досвід планування на вітчизняних підприємствах.
7. Закордонний досвід планової діяльності.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Інструмент і метод управління, націлений на підвищення ефективності різноманітних форм господарювання – це:
 - а) прогноз;
 - б) план;
 - в) процес;
 - г) мотив.
2. Управлінська діяльність, яка має своє відображення в поточних та перспективних планах та фіксує майбутній стан об'єкта управління в поточні моменти часу – це:
 - а) управління;
 - б) контроль;
 - в) планування;
 - г) мотивація.
3. Відповідність видовим ознакам плану, що розробляється – це:
 - а) метод планування;
 - б) вимога до методів планування;
 - в) принцип планування;
 - г) вид планування.
4. Наукова обґрунтованість – це:
 - а) метод планування;
 - б) вимога до методів планування;
 - в) принцип планування;
 - г) вид планування.
5. Довгострокове планування є:
 - а) поточним;
 - б) оперативним;
 - в) перспективним;
 - г) стратегічним.
6. За принципами визначення планових показників розрізняють такі методи планування:

- а) ресурсний та цільовий;
 - б) екстраполяційний та інтерполяційний;
 - в) балансовий та матричний;
 - г) факторний та нормативний.
7. Розробку планів на всіх рівнях управління підприємством та за всіма напрямками його діяльності на більш короткі періоди (квартал, місяць) передбачає планування:
- а) поточне;
 - б) перспективне;
 - в) довгострокове;
 - г) стратегічне.
8. Важлива складова планування, яка визначає конкретні часові межі для вирішення кожного операційного завдання, без чого не буде досягнуто ні тактичних, ні стратегічних цілей – це:
- а) графіки;
 - б) рисунки;
 - в) схеми;
 - г) діаграми.
9. Сукупності засобів, за допомогою яких підприємство наближається до досягнення своїх довгострокових цілей – це:
- а) стратегічне планування;
 - б) план;
 - в) стратегія;
 - г) стратегічний менеджмент.
10. Визначення головних довгострокових цілей і завдань підприємства, прийняття напрямку дій та розподіл ресурсів, необхідних для виконання встановлених цілей – це:
- а) стратегічне планування;
 - б) план;
 - в) стратегія;
 - г) стратегічний менеджмент.

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

- 12.1 Сутність виробничої програми та її формування.
- 12.2 Основні показники виробничої програми.
- 12.3 Виробнича потужність та її роль у виробничій програмі.
- 12.4 Ефективність використання виробничої потужності.

Ключові терміни

- *виробнича програма*
- *асортимент продукції*
- *номенклатура продукції*
- *валова продукція*
- *товарна продукція*
- *виробнича потужність*
- *показники використання виробничої потужності*

12.1 Сутність виробничої програми та її формування

Метою діяльності підприємства є виробництво і реалізація продукції для забезпечення потреб населення за умови одержання прибутку. Досягнення запланованих цілей підприємства повинно забезпечуватись науково-обґрунтованими підходами до розробки виробничої програми підприємства.

Виробнича програма – це система завдань з виробництва і доставки продукції споживачам відповідно до номенклатури, асортименту, належної якості і у встановлені терміни згідно з договорами поставок.

До складу виробничої програми мають бути включені ті вироби і послуги, які здатні задовольнити поточні і майбутні потреби потенційних замовників та споживачів.

Основним завданням виробничої програми є максимальне задоволення потреб споживачів у високоякісній продукції, яка випускається підприємствами при найкращому використанні їх ресурсів та отриманні максимального прибутку.

Виробнича програма є планом виробництва та реалізації продукції, виступає основним та вихідним розділом складання плану фінансової діяльності, матеріально-технічного забезпечення, технічного розвитку і організації виробництва, праці та кадрів.

Результати розробки виробничої програми ґрунтуються на основі досліджень ринку та конкурентів. Підґрунтям (вихідними даними) формування виробничої програми є результати досліджень:

- поведінки на ринку споживачів товарів підприємства та конкурентів;
- перспектив розвитку товарів та послуг, що випускаються та надаються підприємством, оцінювання форм і методів збуту;
- можливостей просування товарів на інші ринки;
- вдосконалення механізму ціноутворення на підприємстві.

Розробка науково-обґрунтованої виробничої програми передбачає вирішення наступних *задач*:

- забезпечення високих і стійких темпів зростання випуску продукції в натуральних і вартісних показниках;
- формування номенклатури та асортименту виробів відповідно від стадії їх життєвого циклу;
- максимальне використання виробничих потужностей та ресурсного потенціалу підприємства;
- підвищення якості, надійності, поліпшення дизайну виробу з урахуванням попиту та дій конкурентів.

Виробнича програма *визначає*: обсяг випуску продукції; номенклатуру та асортимент виробництва; кількість, якість, строки та вартість виготовлення продукції.

В основу розробки виробничої програми має бути покладена реальна потреба в конкретній продукції за визначеною номенклатурою та асортиментом товарів.

Номенклатура – це перелік назв окремих видів продукції.

Асортимент – це різновидність виробів у межах даної номенклатури

Номенклатура виробів підприємства за об'єктом формування може бути:

- *централізованою* – формується шляхом укладання державних контрактів і державних замовлень.
- *децентралізованою* – формується підприємством самостійно на основі вивчення ринкового попиту на свою продукцію та встановлення прямих контактів зі споживачами шляхом укладання договорів поставок.

Формування виробничої програми підприємства базується на таких елементах:

1 *угоди* зі споживачами-покупцями на постачання та реалізацію певних видів продукції; які укладаються підприємством на основі аналізу та перспектив розвитку ринкового попиту;

2. *державні контракти* є засобом забезпечення потреб споживачів, що фінансуються за рахунок Державного бюджету, та поновлення державного резерву (при цьому держава гарантує оплату поставок продукції та забезпечує її виробництво найважливішими ресурсами);

3. *державні замовлення* є прийомом стимулювання збільшення виробництва у пріоритетних галузях, впровадження нових технологій, випуску дефіцитних видів продукції, державної підтримки важливих наукових досліджень (держава може надавати пільги підприємствам-виробникам, але не забезпечує їх фінансовими ресурсами);

4. *портфель замовлень* на продукцію інших споживачів формується на основі контрактів між підприємствами-виробниками і підприємствами-споживачами та відображає

його постійні прямі господарські зв'язки (такі контракти періодично переглядаються та поновлюються);

5. *обсяг власних потреб* – частина продукції підприємства, яка споживається безпосередньо самим підприємством (у виробничій програмі повинні враховуватися потреби підприємства, які визначаються на основі балансів матеріальних ресурсів, що відображають потребу у них та джерела її покриття).

Розробка виробничої програми здійснюється за етапами:

1. визначається обсяг поставок у натуральному вираженні за номенклатурою й асортиментом згідно укладених договорів;

2. складається план продажу продукції споживачам в натуральній формі;

3. обліковуються залишки нереалізованої продукції зі складу на початок та кінець року;

4. розраховується обсяг виробництва продукції за номенклатурою та асортиментом в натуральних показниках з календарним розподілом планового періоду;

5. обґрунтовуються розрахунки та узгоджуються з розмірами виробничих потужностей структурних підрозділів;

6. розраховуються вартісні показники товарної та реалізованої продукції;

7. складається календарний графік продажу продукції згідно укладених договорів;

8. планується виробнича програма структурних підрозділів підприємства.

12.2 Основні показники виробничої програми

В основу планування виробничої програми покладена система показників обсягу виробництва, яка включає натуральні, трудові та вартісні показники.

Натуральні показники представляються у фізичних одиницях виміру (метри, штуки, тони і т. д.). Значення натуральних показників виробничої програми в умовах ринку зростає, оскільки саме вони дають можливість оцінити ступінь задоволення потреб споживачів у певних товарах з урахуванням якісної характеристики товарів.

Загальний обсяг виробництва продукції в натуральних вимірниках встановлюють на основі обсягу поставок:

$$OB = ОП - Зпр + Зкр; \quad (12.1)$$

де *OB* – обсяг виробництва продукції в натуральних одиницях;

ОП – обсяг поставок у натуральних одиницях;

Зпр – запаси готової продукції на складі на початок планового року в натуральних одиницях;

Зкр – запаси готової продукції на складі на кінець планового року в натуральних одиницях.

Трудові показники виробничої програми використовуються у внутрішньовиробничому плануванні для оцінки трудомісткості одиниці продукції та виробничої програми.

Однак, на підприємствах з широкою номенклатурою натуральні вимірники не дають змогу визначити загальний обсяг виробництва, витрати та прибуток підприємства. Тому, для узагальнюючої характеристики розраховують показники виробничої діяльності у вартісному вираженні. Вихідними даними для цього є виробнича програма у натуральному виразі та ціни.

Вартісними показниками виробничої програми є:

1. **Товарна продукція** – це загальна вартість усіх видів готової продукції, наданих послуг виробничого характеру, що підготовлена для реалізації.

Обсяг товарної продукції (ТП) визначають за формулою:

$$ТП = \sum_{i=1}^n O_i \cdot Ц_i + P; \quad (12.2)$$

де O_i – обсяг випущеної продукції i -го виду в натуральних одиницях;

$Ц_i$ – гуртова ціна підприємства одиниці виробу i -го виду, грн.

P – вартість робіт та послуг на сторону, грн.

n – кількість видів продукції, що виготовляються на підприємстві.

До складу *товарної продукції* також включається:

- готова продукція;
- тара, що виготовлена для пакування готової продукції;
- напівфабрикати, що реалізуються на сторону;
- вартість капітального ремонту;
- вартість робіт промислового характеру, виконаних для сторонніх організацій;
- вартість переробки з давальницької сировини.

Виробнича програма у вартісному виразі розробляється підприємством по товарній продукції в порівнювальних цінах. Для планування інших показників (прибутку, собівартості) товарна продукція визначається в діючих цінах підприємства.

2. **Валова продукція** характеризує загальний обсяг виробництва, тобто обсяг виготовленої продукції, робіт, послуг, виконаних на підприємстві за певний період у незмінних, або порівнянних цінах.

Вартість валової продукції (ВП) визначається за формулою:

$$ВП = ТП + (НЗВн - НЗВк) + (I_n - I_k); \quad (12.3)$$

де $НЗВн$ – вартість залишків незавершеного виробництва та напівфабрикатів на початок планового періоду, грн.

$НЗВк$ – вартість залишків незавершеного виробництва та напівфабрикатів на кінець планового періоду, грн.

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

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

Це найбільш загальний показник, який відображає всю роботу підприємства.

Валову продукцію можна також обчислити за такою формулою:

$$ВП = ВО - ВЗО; \quad (12.4)$$

де $ВО$ – валовий оборот підприємства;

$ВЗО$ – внутрішньозаводський оборот підприємства.

Валовий оборот підприємства – це обсяг валової продукції незалежно від того, де вона буде використана: в межах підприємства або поза ним.

Внутрішньозаводський оборот – це та кількість продукції підприємства, яка використовується всередині його для подальшої переробки.

Вимірюється валова продукція в діючих оптових цінах, за собівартістю та в нормо-годинах. За показником валової продукції визначається потреба в матеріальних, трудових і фінансових ресурсах, необхідних для виконання виробничої програми.

3. *Незавершене виробництво у вартісному виразі* – це продукція, яка перебуває на різних проміжних стадіях виробничого циклу. Вона включає надходження матеріалів зі складу в цех та їх перебування у виробничому процесі до моменту здачі виробів на склад готової продукції. Розміри незавершеного виробництва залежать від обсягів виробництва продукції, тривалості виробничого циклу тощо.

4. *Обсяг реалізованої продукції* – включає вартість усіх готових виробів, що були поставлені покупцям і оплачені ними, та вартість інших виконаних робіт, які входять в товарну продукцію. Вартість робіт непромислового характеру до обсягу реалізації не входить. Обсяг реалізованої продукції вимірюється в діючих оптових цінах підприємства, а при розрахунку прибутку від реалізації – також за собівартістю. Цей показник враховує результати реалізаційної діяльності.

5. *Обсяг чистої продукції підприємства* – це вартість, створена на підприємстві, або додана вартість. Чиста продукція може бути обчислена як сума основної та додаткової заробітної плати підприємства з відрахуваннями на соціальні заходи.

Обчислюють за формулою:

$$ЧП = ТП - (МВ + А); \quad (12.5)$$

де *ЧП* – чиста продукція підприємства;

МВ – матеріальні витрати на виробництво продукції;

А – сума амортизаційних відрахувань за відповідний період.

Найбільш важливими та узагальнюючими показниками серед вищенаведених є показники *обсягу випуску та реалізації продукції*.

При розробці виробничої програми передбачається досягнення необхідних темпів зростання виробництва; освоєння нових видів продукції; раціональний розподіл продукції, що випускається, по календарних термінах.

Основна увага приділяється підвищенню ефективності виробництва, досягненню беззбитковості по збитковій частині номенклатури. Передбачається відновлення фондів і впровадження нової техніки, підвищення використання виробничої потужності, зростання продуктивності праці.

12.3 Виробнича потужність та її роль у виробничій програмі

Виробнича програма будь-якого підприємства повинна бути обґрунтована існуючими виробничими ресурсами (виробничими фондами, трудовими і матеріальними ресурсами), а також виробничою потужністю підприємства.

Виробнича потужність є змінною величиною, залежить від факторів:

- продуктивності праці;
- впровадження нової техніки і оснастки;
- вдосконалення технологічних процесів;
- організації виробництва і праці;
- інших факторів.

Виробнича потужність – це максимально можливий випуск продукції на підприємстві за умови виконання завдань з номенклатури, асортименту, якості і максимального завантаження устаткування та виробничої площі, використання сучасних технологічних процесів, форм організації виробництва і праці на основі прогресивних норм використання матеріальних і трудових ресурсів.

Одночасно, *виробнича потужність* – це максимальна виробнича програма. Розрахунок виробничої потужності підприємства необхідний для:

- обґрунтування планового випуску продукції;
- виявлення внутрішніх резервів зростання виробництва;
- складання балансу потужностей;
- визначення відповідності робочих місць і трудових ресурсів;
- оцінки потреби в кадрах;

- економічного обґрунтування рівня спеціалізації і кооперування, а також визначення обсягу необхідних капітальних вкладень.

Виробнича потужність визначається за номенклатурою продукції, що випускається із врахуванням профілю підприємства.

Виробнича потужність визначається в натуральних одиницях на підприємствах з обмеженою номенклатурою виробів і у вартісному виразі – при широкому асортименті товарів.

Вихідними даними для розрахунку виробничої потужності підприємства є:

- виробнича програма підприємства за номенклатурою, асортиментом, кількістю та якістю продукції;
- склад та кількісні величини технічного обладнання та виробничих площ;
- техніко-економічні норми використання машин, механізмів, агрегатів;
- норми трудомісткості виробів;
- коефіцієнт виконання норм часу;

В залежності від умов та етапів розвитку підприємства виробнича потужність може бути:

- *поточна* – потужність, яка визначається періодично при зміні умов виробництва, або при зростанні проектних показників виробництва;

- *проектна* – потужність, яка визначається на початковому етапі виробництва при проектуванні, розширенні діючого, або будівництві нового підприємства;

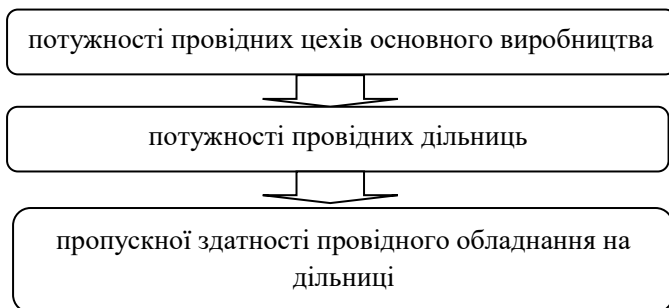
- *резервна* – потужність, яка формується в окремих галузях з метою покриття пікових навантажень.

Виробничу потужність розраховують відповідно до потужності обладнання, яке розташовано у провідному (головному) підрозділі підприємства.

Провідний підрозділ – це структурний підрозділ підприємства, який виконує основні технологічні операції з

виготовлення продукції, витрачаються найбільші трудові ресурси та зосереджена значна частина основних засобів.

Виробнича потужність підприємства визначається за всією номенклатурою продукції за показниками:



12.4 Ефективність використання виробничої потужності

Виробнича потужність визначається в основному в натуральних одиницях. Від рівня використання виробничої потужності підприємства залежить обсяг випуску продукції (*OB*):

$$OB = ВПП \cdot K_{ввп}; \quad (12.6)$$

де *ВПП* – виробнича потужність підприємства в натуральних одиницях;

КВВп – коефіцієнт використання виробничої потужності.

Різниця між виробничою потужністю й виробничою програмою (обсягом виробництва) є *резервом підприємства*.

Чинники підвищення виробничої потужності можна поділити на дві групи:

1. зовнішні фактори:

- ринковий попит на продукцію;
- ступінь доступності до матеріально-технічних ресурсів;
- наявність і кваліфікація трудових ресурсів;

- введення в дію нових виробничих потужностей;
- якість матеріально-технічних ресурсів зі сторони.

2. внутрішні фактори:

- організація виробництва;
- організація праці.

Ступінь використання виробничої потужності підприємства характеризують показники:

- *коефіцієнт засвоєння проектної виробничої потужності* – характеризує ступінь засвоєння проектної потужності та визначається відношенням випуску продукції, що передбачена проектом до проектної потужності;

- *коефіцієнт використання середньорічної проектної потужності* – характеризує ступінь засвоєння середньорічної проектної потужності та визначається відношенням планового річного випуску товарної продукції до середньорічної виробничої потужності даного обладнання;

- *коефіцієнт екстенсивного навантаження* – характеризує ступінь використання виробничої потужності у часі та визначається відношенням фактичного часу роботи обладнання до планового фонду робочого часу обладнання;

- *коефіцієнт інтенсивності навантаження* – характеризує ступінь використання виробничої потужності в одиницю часу та являє собою результат співставлення фактичного обсягу випуску продукції в одиницю часу до норми виробітку продукції за той же час;

- *коефіцієнт інтегрального навантаження* – є інтегральним показником дії інтенсивних та екстенсивних факторів;

- *коефіцієнт змінності* – характеризує ступінь використання виробничої потужності протягом робочої зміни та визначається відношенням фактично відпрацьованих верстато-змін за добу до загальної кількості наявних верстатів;

- *фондовіддача* – характеризує випуск продукції в розрахунку на 1 грн. середньорічної вартості основних виробничих засобів;

- *коефіцієнт зняття продукції з 1м²* – характеризує випуск продукції з 1м² виробничих площ;

- *коефіцієнт ефективності використання виробничих площ* – характеризує ефективність використання 1м² виробничих площ та визначається співставленням річного випуску продукції (в натуральних одиницях) до запланованого випуску продукції з одиниці площі за прийнятною потужністю.



ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Сутність та завдання виробничої програми.
2. Сутність номенклатури та асортименту.
3. Елементи формування виробничої програми.
4. Етапи розробки виробничої програми.
5. Показники виробничої програми.
6. Методика визначення вартісних показників виробничої програми.
7. Виробнича потужність підприємства фактори впливу на неї.
8. Показники ефективності використання виробничої потужності підприємства.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Сутність, завдання і місце виробничої програми в системі господарських планів підприємства.
2. Системи і методи планування виробничої програми підприємства.

3. Зміст і порядок розроблення виробничої програми підрозділів.
4. Оптимізація обсягів випуску продукції у конкурентному середовищі.
5. Значення оптимальної виробничої програми на підприємстві.
6. Зміст і особливості визначення виробничої програми підприємств різних форм власності.
7. Зв'язок між виробничої програмою і виробничою потужністю.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Система завдань з виробництва і доставки продукції споживачам відповідно до номенклатури, асортименту, належної якості і в встановлені терміни згідно з договорами поставок – це:
 - а) виробнича програма;
 - б) обсяг виробництва;
 - в) план збуту продукції;
 - г) вірна відповідь відсутня.
2. До основних елементів виробничої програми відносять:
 - а) угоди, державний контракт, державне замовлення, портфель замовлень, обсяг власних потреб;
 - б) державний контракт, державне замовлення, портфель замовлень, обсяг власних потреб;
 - в) угоди, державний контракт, державне замовлення, портфель замовлень,
 - г) державний контракт, державне замовлення, портфель замовлень, обсяг власних потреб.
3. Засіб забезпечення потреб споживачів, що фінансуються за рахунок Державного бюджету, та поновлення державного резерву – це:
 - а) державний контракт;

- б) угода;
 - в) портфель замовлень;
 - г) державні замовлення.
4. Засіб стимулювання збільшення виробництва у пріоритетних галузях, впровадження нових технологій, випуску дефіцитних видів продукції, державної підтримки важливих наукових досліджень – це:
- а) державне замовлення;
 - б) портфель замовлень;
 - в) угода;
 - г) державний контракт.
5. Частина продукції підприємства, яка споживається безпосередньо самим підприємством – це:
- а) обсяг власних потреб;
 - б) державний контракт;
 - в) портфель замовлень;
 - г) номенклатура підприємства.
6. Обсяг продукції, який формується на основі контрактів між підприємствами-виробниками і підприємствами-споживачами та відображає його постійні прямі господарські зв'язки – це:
- а) портфель замовлень;
 - б) асортимент потреб;
 - в) обсяг власних потреб;
 - г) державний контракт.
7. Перелік назв окремих видів продукції – це:
- а) номенклатура;
 - б) асортимент;
 - в) портфель продукції;
 - г) вірна відповідь відсутня.
8. Різновидність виробів у межах даної номенклатури – це:
- а) асортимент;
 - б) номенклатура;
 - в) портфель продукції;
 - г) вірна відповідь відсутня.
9. Виробнича програма розробляється в показниках

- а) натуральних і вартісних;
 - б) натуральних;
 - в) вартісних;
 - г) трудових.
10. Продукція, яка виготовлена в плановому або попередньому періодах, що відповідає стандартам, технічним умовам, упакована і підготовлена до реалізації – це:
- а) товарна;
 - б) валова;
 - в) реалізована;
 - г) чиста.
11. Вся продукція у вартісному виразі, незалежно від ступеня її готовності – це:
- а) валова;
 - б) реалізована;
 - в) чиста;
 - г) товарна.
12. Кількість продукції підприємства, яка використовується всередині його для подальшої переробки – це:
- а) внутрішньогосподарський оборот;
 - б) валовий оборот підприємства;
 - в) вірна відповідь відсутня;
 - г) товарний оборот підприємства.
13. Вартість усіх готових виробів, що були поставлені покупцям і оплачені ними, та вартість інших виконаних робіт, які входять в товарну продукцію – це продукція:
- а) реалізована;
 - б) чиста;
 - в) товарна;
 - г) валова.
14. Валова продукція може вимірюватись в :
- а) в порівняльних та поточних цінах;
 - б) порівняльних цінах;
 - в) в поточних, або діючих цінах;
 - г) всі відповіді вірні.

15. Максимально можливий випуск продукції на підприємстві за умови виконання завдань з номенклатури, асортименту, якості і максимального завантаження устаткування і виробничої площі, використання сучасних технологічних процесів і форм організації виробництва це:
- а) виробнича потужність;
 - б) номенклатура продукції;
 - в) виробнича програма;
 - г) вірна відповідь відсутня.

РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

ТЕМА 13

ПЕРСОНАЛ ПІДПРИЄМСТВА, ПРОДУКТИВНІСТЬ, МОТИВАЦІЯ ТА ОПЛАТА ПРАЦІ

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

- 19.1. Поняття, класифікація і структура персоналу підприємства та інших суб'єктів господарювання
- 19.2. Визначення чисельності окремих категорій працівників
- 19.3. Продуктивність праці персоналу
- 19.4. Мотивація трудової діяльності працівників
- 19.5. Оплата праці: сутність, функції, державна політика і загальна організація
- 19.6. Форми і системи оплати праці робітників

Ключові терміни

- *праця*
- *персонал*
- *трудоий потенціал*
- *продуктивність праці*
- *мотивація праці*
- *оплата праці*
- *функції оплати праці*
- *тарифна сітка*
- *відрядна оплата праці*
- *погодинна оплата праці*

13.1. Поняття, класифікація і структура персоналу підприємства та інших суб'єктів господарювання

В умовах реформування всіх галузей економіки і сфер людського буття важливого значення набувають проблеми

відтворення одного з найважливіших виробничих ресурсів – трудового потенціалу. Адже саме люди є головною продуктивною силою суспільства, оскільки від них залежить його подальший економічний і соціальний розвиток.

Науково-технічний прогрес підвищує роль і місце людини в процесі суспільного виробництва, диктує підвищені вимоги до носіїв робочої сили.

У зв'язку з цим перед суспільством постають завдання покращення якості людських ресурсів як визначального фактора інтенсифікації виробництва, оскільки збільшення їх чисельності в найближчий час практично неможливе, а ринкові відносини висувають якісно нові вимоги до сукупного працівника. Впливаючи в процесі праці на інші виробничі ресурси і водночас змінюючи їх, люди забезпечують своє існування і створюють умови для розвитку суспільства. Ці зміни відбуваються насамперед в процесі праці. Тому праця виступає головною умовою життя людей і суспільства в цілому. У. Петті назвав працю «батьком і активним принципом багатства, а землю його матір'ю», оскільки однією лише працею неможливо виробити будь-які матеріальні блага. Для цього людина як основна продуктивна сила суспільства повинна через працю вступити у взаємодію з іншими складовими продуктивних сил.

Праця – це свідомо доцільна діяльність людей, спрямована на створення матеріальних і духовних цінностей.

Важливими характеристиками праці є «зміст праці» та «характер праці». Зміст праці – це сукупність її елементів, які визначаються професійною належністю робіт, їх складом, складністю, послідовністю виконання. Під характером праці розуміють якісні характеристики праці, які відображають особливості функціонування людини незалежно від змісту праці.

Особливості функціонування праці, тобто її характер, проявляються у таких її різновидах, як праця: вільна і примусова; особиста і громадська; індивідуальна і колективна; змістовна, малозмістовна і беззмістовна;

престижна і непрестижна; розумова і фізична; творча і рутинна тощо.

В процесі праці проявляється така якість людини як робоча сила.

Поняття «робоча сила» носить об'єктивний характер, оскільки, по-перше, воно притаманне будь-якій суспільній формації; по-друге, є природною якістю історично конкретної людини і населення; по-третє, є внутрішньою, потенційною якістю людини. **Під робочою силою** розуміють сукупність фізичних і духовних здібностей, якими володіє людина, і які застосовуються при виробництві будь-яких споживчих вартостей.

Важливо розрізнити поняття «трудові ресурси», «кадри» та «трудовий потенціал».

Трудові ресурси – це частина населення працездатного віку, що має відповідний фізичний розвиток, знання та практичний досвід для роботи в народному господарстві. Трудові ресурси включають як зайнятих (реальні трудові ресурси), так і потенційних (потенційні трудові ресурси) працівників. Термін «трудові ресурси» найчастіше використовують стосовно економіки в цілому або окремих галузях виробництва. Як обліково-статистичний показник трудові ресурси мають свій склад і структуру. Згідно чинного законодавства України до трудових ресурсів відносяться: а) працездатне населення у працездатному віці, тобто чоловіки і жінки у віці 16-59 років, за винятком непрацюючих інвалідів праці та війни I та II груп, непрацюючих осіб працездатного віку, які одержують пенсію на пільгових умовах; б) особи старше працездатного віку і підлітки до 16 років, які працюють у суспільному виробництві.

На підприємствах для характеристики працівників застосовують поняття «персонал», «кадри».

Персонал підприємства – це сукупність працівників, що включені у списочний склад підприємства, мають необхідну професійну підготовку та (або) практичний досвід. Крім цього, підприємства можуть залучати до своєї

діяльності і інших працездатних осіб (тимчасові, сезонні робітники), заключаючи з ними тимчасові трудові договори.

Трудовий потенціал – це сукупна чисельність громадян працездатного віку, які за певних ознак (стан здоров'я, психологічні особливості, освітній, фаховий та інтелектуальний рівні, соціально-етнічний менталітет) здатні та мають намір проводити трудову діяльність.

Всі робітники підприємства поділяються на 2 групи:

- *персонал основної діяльності*, що зайнятий виробництвом та його обслуговуванням;

- *персонал неосновної діяльності*, до якого відносять в основному зайнятих в соціальній сфері діяльності підприємства.

За характером функцій, що виконуються, персонал основної діяльності поділяється на чотири категорії:

- *керівники*, тобто працівники, що займають посади керівників підприємств та їх структурних підрозділів (функціональних служб), а також їх заступників;

- *спеціалісти* – працівники, що виконують інженерно-технічні, економічні та інші функції. До них відносять: інженерів, економістів, бухгалтерів, юрисконсультів, нормувальників, техніків тощо;

- *службовці* – працівники, що виконують суто технічну роботу: підготовку та оформлення документів, господарське обслуговування. До цієї категорії працівників відносять діловодів, секретарів, архіваріусів, креслярів, агентів тощо;

- *робітники* – працівники, які безпосередньо зайняті у виробництві продукції, ремонті, переміщенні вантажів. До робітників також відносять прибиральників, двірників, гардеробників, охоронців. Робітників поділяють на основних – тих, що безпосередньо беруть участь у процесі створення продукції, та допоміжних – тих, які виконують функції обслуговування основного виробництва.

За відношенням працівників до власності підприємства їх можна поділити на власників і найманих працівників.

Власник – це працівник, який бере участь у господарській діяльності підприємства особистою працею та власним майном (активами), а також природними ресурсами (земельною ділянкою).

Найманий працівник – працівник, який бере участь у господарській діяльності підприємства тільки особистою працею.

Крім того, в господарській діяльності підприємства можуть брати участь сумісники, а також працівники, які виконують роботи підприємства від імені інших суб'єктів господарювання.

Сумісник – працівник підприємства (власник, найманий працівник), який має місце основної роботи на іншому підприємстві. *Сумісництвом* вважається виконання працівником, крім своєї основної, іншої регулярної оплачуваної роботи на умовах трудового договору у вільний від основної роботи час на тому ж або іншому підприємстві, в установі, організації або у громадянина (підприємця, приватної особи) за наймом.

В залежності від характеру трудової діяльності персонал підприємства поділяють за професіями, спеціальностями та рівнем кваліфікації.

Професія – це певний вид діяльності людини, який обумовлений сукупністю знань і трудових навичок, що надбані в результаті спеціалізованого навчання.

Спеціальність – це вид діяльності в межах певної професії, який має специфічні особливості та потребує від працівників додаткових спеціальних знань та навичок. Наприклад: слюсар-монтажник, слюсар-сантехнік в межах робітничої професії слюсаря.

Кваліфікація – ступінь і вид професійної підготовки робітника, наявність у нього знань та навичок, що необхідні для виконання роботи або функцій певної складності, яка відображається в кваліфікаційних (тарифних) розрядах і категоріях.

За рівнем кваліфікації робітники поділяються на чотири групи (високкокваліфіковані, кваліфіковані, малокваліфіковані й некваліфіковані), а конкретний рівень кваліфікації визначається за допомогою тарифно-кваліфікаційних довідників і характеризується розрядами. Залежно від кваліфікації та розряду робітники виконують різні за складністю роботи і мають неоднакову професійну підготовку.

Керівники, спеціалісти та службовці також поділяються на чотири категорії. Поділ відбувається в залежності від рівня освіти та досвіду роботи. Virізняють спеціалістів найвищої кваліфікації (працівники, що мають наукові ступені та звання), спеціалістів вищої кваліфікації (працівники з вищою спеціальною освітою та значним практичним досвідом), спеціалістів середньої кваліфікації (працівники із середньою спеціальною освітою та певним практичним досвідом), спеціалістів-практиків (працівники, що займають відповідні посади, наприклад, інженерні та економічні, але не мають спеціальної освіти).

Названим категоріям працівників на підприємстві надається відповідна посада згідно із штатним розписом.

Штатний розпис — це внутрішній нормативний документ підприємства, в якому зазначається перелік посад, що є на даному підприємстві, чисельність працівників за кожною з них і розміри їхніх місячних посадових окладів.

Усі працівники, які своєю працею беруть участь у господарській діяльності підприємства на основі трудового договору (контракту, угоди), а також інших форм, що регулюють трудові відносини працівника з підприємством, становлять його **трудоий колектив**.

Склад і кількісне співвідношення окремих категорій працівників характеризують **структуру персоналу**.

Класифікаційні ознаки персоналу підприємства поряд з іншими (стать, вік, ступінь механізації праці, стаж) служать основою для розрахунків різних видів структур. Для ефективного управління важлива не проста констатація

чисельності (або її динаміки) окремих категорій працівників, а вивчення співвідношення між ними.

Це дає змогу не тільки виявити вплив персоналу на кінцеві результати діяльності підприємства, а й встановити найсуттєвіші структурні зміни, їхні рушійні сили, тенденції і на цій підставі формувати реальну стратегію щодо розвитку трудових ресурсів.

На формування різних видів структур персоналу та трудових ресурсів в Україні (як на макро-, так і на мікрорівні) у найближчі роки впливатимуть такі фактори та загальні тенденції:

- інтенсивний перерозподіл працівників із промисловості та сільського господарства в інформаційну сферу та у сферу праці з обслуговування населення;

- включення до складу трудових ресурсів працівників з більш високим освітнім рівнем, ніж у тих, що вибувають за межі працездатного віку;

- підвищення частки допоміжної розумової праці (нині вона в кілька разів менша, ніж у розвинутих країнах з ринковою економікою);

- зростання попиту на кваліфіковану робочу силу (операторів, наладчиків, програмістів-експлуатаційників), що може значною мірою задовольнятися за рахунок безробітних з категорій керівників та спеціалістів;

- уповільнення темпів зниження частки мало- та некваліфікованої праці у зв'язку з різким скороченням за останні п'ять років технічного переозброєння діючих підприємств;

- інерція системи освіти, яка продовжує відтворювати кваліфіковані кадри в основному за старою фаховою схемою.

13.2 Визначення чисельності окремих категорій працівників

Управління трудовими ресурсами, забезпечення їхнього ефективного використання потребує обов'язкового

формування системи оцінки трудового потенціалу підприємства.

Передовсім слід розрізняти явочну, облікову та середньооблікову чисельність працівників підприємства.

Явочна чисельність включає всіх працівників, що з'явилися на роботу.

Облікова чисельність включає всіх постійних, тимчасових і сезонних працівників, котрих прийнято на роботу терміном на один і більше днів незалежно від того, перебувають вони на роботі, знаходяться у відпустках, відрядженнях, на лікарняному листку тощо.

Середньооблікова чисельність працівників за певний період визначається як сума середньомісячної чисельності, поділена на кількість місяців у розрахунковому періоді.

Середньооблікова чисельність працівників за звітний місяць обчислюється шляхом підсумовування чисельності працівників облікового складу за кожний календарний день звітного місяця, тобто з 1 по 30 або 31 (для лютого — по 28 або 29 число), враховуючи святкові (неробочі) і вихідні дні й ділення одержаної суми на число календарних днів звітного місяця. Чисельність працівників облікового складу за вихідний або святковий (неробочий) день береться на рівні облікової чисельності працівників за попередній робочий день. При наявності двох або більше вихідних чи святкових (неробочих) днів підряд чисельність працівників облікового складу за кожний із цих днів береться на рівні чисельності працівників облікового складу за робочий день, що передував вихідним та святковим (неробочим) дням.

Певна категорія працівників підлягає вилученню із облікової чисельності (працівники, які не є у штаті даного підприємства; знаходяться у відпустках у зв'язку з вагітністю та пологами або в додатковій відпустці по догляду за дитиною до досягнення нею відповідного віку тощо).

Середньооблікова чисельність штатних працівників на підприємствах, які працювали неповний місяць (наприклад, на щойно введених в експлуатацію підприємствах,

ліквідованих, що мають сезонний характер виробництва тощо, за винятком тих, які переведені тимчасово на такий режим роботи за рішенням адміністрації), визначається шляхом ділення суми чисельності штатних працівників облікового складу за всі дні роботи підприємства у звітному місяці, враховуючи вихідні та святкові (неробочі) дні за період роботи, на загальне число календарних днів у звітному місяці.

Середньооблікова чисельність працівників за період із початку року (в тому числі за квартал, півріччя, 9 місяців, рік) обчислюється шляхом підсумовування середньооблікової чисельності працівників за всі місяці роботи підприємства, що минули за період із початку року до звітного місяця включно, та діленням одержаної суми на кількість місяців за період із початку року, тобто відповідно на 2, 3, 4...12.

Підприємство, що працювало неповний рік (сезонний характер роботи або введення в експлуатацію після січня тощо), середньооблікову чисельність штатних працівників облікового складу за рік визначає також шляхом підсумовування зазначеної чисельності працівників за всі місяці роботи підприємства і діленням одержаної суми на 12.

Різниця між обліковою та явочною чисельністю характеризує резерв (в основному робітників), що має використовуватись для заміни тих, хто не виходять на роботу з поважних причин.

Розрахунки чисельності персоналу на підприємстві проводять окремо за кожною категорією:

- планова чисельність основних робітників розраховується в залежності від:

1. *трудомісткості виробничої програми:*

$$C_{пл.} = \frac{O_{пл.}}{\Phi_{рч_{пл.}} \cdot K_{ен_{пл.}}}, \quad (13.1)$$

де *O_{пл.}* – плановий обсяг робіт у нормо-годинах;

$\Phi r_{ч.пл}$ – плановий реальний фонд робочого часу одного середньо облікового робітника, год.

$K_{вн.пл}$ – плановий коефіцієнт виконання норм.

2. норм виробітку:

$$\mathcal{C}_{пл} = H \frac{O_{пл.норм}}{НВ_{пл} * \Phi r_{ч.пл} * K_{вн.пл}}, \quad (13.2)$$

де $O_{пл.норм}$ – плановий обсяг робіт у натуральних одиницях;

$НВ_{пл}$ – планова норма виробітку у натуральних одиницях;

3. норм обслуговування:

$$\mathcal{C}_{пл} = K_o * z * K_{ор} \quad (13.3)$$

де K_o – загальна кількість обладнання, яку необхідно обслуговувати робітникам;

z – кількість змін роботи обладнання;

$K_{ор}$ – кількість основних робітників для комплексного обслуговування одного об'єкта устаткування у певному періоді;

- планова чисельність *допоміжних робітників* установлюється співвідношенням між основними і допоміжними робітниками, та розраховується в залежності від:

1) на роботах, які піддаються *нормуванню*, а також на роботах, обсяг яких можна установити залежно від кількості обслуговуючих машин чисельність допоміжних робітників розраховується за тими самими методами, що й чисельність основних робітників.

2) у випадках, коли виробничий об'єкт *обслуговується* групою робітників розрахунок чисельності здійснюється за нормативами, які визначаються через норми обслуговування:

$$\mathcal{C}_{доп} = \frac{O_p}{H_o} * K_{я.о}. \quad (13.4)$$

або

$$\Psi_{\text{доп}} = \frac{O_p * T_{н.о.}}{\Phi_{р.ч.}} \quad (13.5)$$

де O_p – обсяг робіт;

$T_{н.о.}$ – норма обслуговування, виражена в таких саме одиницях, що і обсяг роботи;

$K_{я.о.}$ – коефіцієнт приведення явочної чисельності в облікову, який вираховується за формулою:

$$K_{я.о.} = \frac{100\%}{100\% - НР}, \quad (13.6)$$

де $НР$ – плановий відсоток невиходів робітників на роботу;

$T_{н.о.}$ – норма часу обслуговування для відповідного періоду;

$\Phi_{р.ч.}$ – фонд робочого часу (за зміну, місяць).

3) чисельність *допоміжних робітників* для яких не можна установити обсягу робіт та норми обслуговування, розраховується за робочими місцями. Розрахунок можна зробити за формулою:

$$\Psi_{\text{доп}} = K_{рм} * K_{зм} * K_{я.о.}, \quad (13.7)$$

де $K_{рм}$ – кількість робочих місць;

$K_{зм}$ – число змін;

$K_{я.о.}$ – коефіцієнт приведення явочної чисельності до облікової.

Після визначення планової чисельності й структури персоналу складається баланс робочої сили і визначається *додаткова потреба* з кожної категорії персоналу, яка визначається за формулою:

$$Ч_{дод} = (Ч_к - Ч_н) + \frac{Ч_{пл} * В_{пл}}{100\%}, \quad (13.8)$$

де $Ч_{дод}$ – додаткова потреба у персоналі, чол. ;

$Ч_н$ і $Ч_к$ – облікова чисельність працівників на початок і кінець планового періоду, чол.;

$Ч_{пл}$ – середньооблікова чисельність працівників у плановому періоді, чол.;

$В_{пл}$ – планові втрати працівників, %.

Окрім оцінки персоналу з допомогою групування за названими вище ознаками, у зарубіжній та вітчизняній практиці управління трудовими ресурсами найчастіше використовуються подані нижче показники, які потребують порівняння з аналогічними в споріднених підприємствах або мають аналізуватися в динаміці:

- *плинність персоналу*:

$$ПлП = \frac{Ч_{зв}}{Ч_{ср}}, \quad (13.9)$$

де $Ч_{зв}$ – кількість звільнених з усіх причин, чол.,

$Ч_{ср}$ – середньооблікова чисельність працівників, чол.

- *стабільність або «відданість» персоналу (середній стаж роботи на даному підприємстві)*:

$$ССр = \frac{ЗСр}{Ч_{ср}}, \quad (13.10)$$

де $ЗСр$ – загальний стаж роботи усіх працівників на даному підприємств.,

- *рівень дисципліни (неявок на роботу)* :

$$РД = \frac{Нр}{Др}, \quad (13.11)$$

де H_p – кількість днів неявки на роботу, люд.-днів;

D_p – загальна кількість відпрацьованих людино-днів.

- відповідність кваліфікації робітників ступеню складності виконуваних ними робіт:

$$BK_p = \frac{CP_{ep}}{CP_{ep}}, \quad (13.12)$$

де CP_{ep} – середній тарифний розряд групи робітників;

CP_{ep} – середній тарифний розряд робіт, що виконуються.

Обсяг робіт щодо набору персоналу залежить передовсім від різниці між наявною чисельністю та майбутніми потребами. Розрізняють *зовнішні* та *внутрішні джерела набору*. **До зовнішніх** належать ті, що забезпечують поповнення персоналу через:

державні бюро з працевлаштування, регіональні біржі праці;

комерційні (у тім числі міжнародні) підприємства та організації з працевлаштування;

систему контрактів підприємств з вищими, середніми спеціальними та професійно-технічними навчальними закладами;

об'яви в пресі, на радіо, телебаченні, у афішах тощо.

Варто зазначити, що емпіричний підхід до набору персоналу, який значною мірою властивий використанню названих джерел наймання, може стати причиною великих помилок, а також даремних витрат часу та грошей. Ось чому підприємства все частіше використовують **внутрішні джерела набору**, а саме:

підготовку робітників через учнівство на підприємстві;

просування по службі своїх працівників (можливо з перепідготовкою);

пряме звертання до своїх працівників з проханням рекомендувати на роботу їхніх друзів та знайомих;

регулярне інформування всього колективу працівників про наявні вакансії тощо.

Недоліком такого підходу є фактичне обмеження припливу нових людей з можливими нестандартними поглядами на процес управління певною сферою діяльності, які могли б бути дуже корисними.

Співвідношення окремих форм набору залежить передовсім від специфіки конкретної категорії персоналу, а також від взаємодії держави та підприємств у галузі підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів.

13.3 Продуктивність праці персоналу

Основним економічним показником, що характеризує ефективність витрат праці персоналу підприємства, є продуктивність праці.

Під продуктивністю праці розуміють ефективність витрат живої праці, яка визначається кількістю продукції, виробленої за одиницю робочого часу, або витратами живої праці на виготовлення одиниці продукції.

Продуктивність праці характеризує її ефективність та результативність, які визначаються через систему прямих та обернених показників у натуральному та вартісному вираженні. Вона характеризує обсяги виробництва продукції, рівень її собівартості; оптимальну чисельність робітників, спеціалістів та керівників усіх ланок управління підприємством; прибуток підприємства, розмір заробітної плати та інші важливі економічні показники діяльності підприємств.

Традиційними показниками продуктивності праці у вітчизняній статистиці та економічній практиці прийняті виробіток та трудомісткість. Вони пов'язані між собою зворотною пропорційною залежністю.

Різноманітність підходів до визначення рівня продуктивності праці залежить від специфіки діяльності підприємств, від мети розрахунків та базується на

методичних особливостях цих розрахунків. Їх перелік подано на рис. 13.1.

Якщо показники виробітку мають більш узагальнюючий, універсальний характер, то показники трудомісткості можна розраховувати за окремими видами продукції та використовувати для розрахунків потрібної кількості робітників, виявлення конкретних резервів підвищення продуктивності праці.

Натуральні показники виробітку найбільш точно відображають динаміку продуктивності праці, але можуть бути застосовані лише на підприємствах, що випускають однорідну продукцію. Натуральні показники відображають вироблену продукцію у штуках, метрах, кубометрах тощо або в умовно-натуральних одиницях, що припадають на одного середньооблікового працівника за певний період. Натуральні показники виробітку застосовуються на підприємствах з невеликою номенклатурою продукції (наприклад, у паливній



Рис. 13.1. Методи вимірювання та показники рівня продуктивності праці.

промисловості, електроенергетиці). На підприємствах з широкою номенклатурою продукції (у харчовій, текстильній

та інших галузях промисловості) використовуються умовно-натуральні показники (наприклад, умовна консервна банка).

Виробіток у натуральних вимірниках визначається діленням обсягу виробленої продукції на кількість затраченого часу, вираженого у нормо-годинах або у середньообліковій чисельності промислово-виробничого персоналу.

Натуральний вимірник продуктивності праці:

$$\text{ПП}_r = \frac{O}{Ч}, \quad (13.13)$$

де O – обсяг виробничої програми у натуральному виразі;

$Ч$ – чисельність працівників підприємства.

Трудові показники потребують добре налагодженої роботи з технічного нормування та обліку праці. Переважно їх використовують на робочих місцях, дільницях, цехах, що випускають різнорідну продукцію, та за наявності значних обсягів незавершеного виробництва, яке неможливо виміряти в натуральних та грошових одиницях.

Виробіток у трудових вимірниках обчислюється діленням обсягу продукції, вираженої у витратах робочого часу в нормо-годинах, на середньооблікову чисельність промислово-виробничого персоналу.

Трудовий вимірник продуктивності праці:

$$\text{ПП}_r = \frac{T_{\text{шт}} \cdot O}{Ч}, \quad (13.14)$$

де $T_{\text{шт}}$ – витрати праці на виробництво одиниці продукції (виконання робіт, надання послуг);

На підприємствах визначають годинний, денний, місячний та річний виробіток.

Годинний виробіток обчислюється діленням обсягу випущеної за певний період продукції на кількість годин, відпрацьованих усіма працівниками протягом цього самого

періоду. Він характеризує продуктивність праці за відпрацьовану годину робочого часу.

Денний виробіток визначається діленням обсягу випущеної за певний період продукції на кількість людиноднів, відпрацьованих за цей самий час. Показник характеризує продуктивність використання робочого дня.

Місячний (річний) виробіток визначається діленням обсягу випущеної за місяць (рік) продукції на середньооблікову чисельність промислово-виробничого персоналу або основних робітників. Він характеризує продуктивність використання робочого часу за місяць, рік.

Через наявність внутрішньозмінних, цілоденних простоїв у роботі з різних причин (несвоєчасне постачання сировини, зриви в енергопостачанні, вихід із роботи обладнання тощо) темпи зростання годинного, денного та місячного (річного) виробітку не збігаються.

Найуніверсальнішими, а тому й найпоширенішими, є вартісні показники виробітку. Вони можуть застосовуватись для визначення рівня та динаміки продуктивності праці на підприємствах з різноманітною продукцією, що випускається, і послугами, що надаються.

$$\text{ПП}_в = \frac{\text{ВП}}{\text{Ч}}, \quad (13.15)$$

де ВП – обсяг виробничої програми у вартісному виразі;

У масштабах економіки рівень продуктивності праці у сфері матеріального виробництва визначається співвідношенням величини національного доходу за певний період до середньооблікової чисельності зайнятих у сфері матеріального виробництва за цей період.

Показник трудомісткості має низку переваг порівняно з показником виробітку: він відображає прямий зв'язок між обсягом виробництва та витратами праці; застосування показника трудомісткості дає змогу виявити фактори та резерви зростання продуктивності праці; він дає змогу

порівнювати витрати праці на однакові вироби у різних цехах та дільницях підприємства. Залежно від складу трудових витрат, що включають у трудомісткість, розрізняють: технологічну трудомісткість; трудомісткість обслуговування виробництва; виробничу трудомісткість; трудомісткість управління виробництвом; повну трудомісткість.

Під нормативною трудомісткістю розуміють витрати праці на виготовлення продукції або на виконання певного обсягу робіт, що обчислюються за діючими на підприємстві нормами.

Планова трудомісткість – це витрати праці на виробництво продукції або на виконання певного обсягу робіт, що встановлено з урахуванням змін норм у плановому періоді в результаті впровадження організаційно-технічних заходів.

Фактична трудомісткість визначається, виходячи з фактичних витрат праці на підприємстві.

Приріст продуктивності праці в порівнянні з базовим періодом розраховують при визначенні динаміки зростання продуктивності праці:

$$\Delta ПП = \frac{ПП_{пл} - ПП_{баз}}{ПП_{баз}} * 100\% ; \quad (13.16)$$

де $\Delta ПП$ – приріст продуктивності праці в плановому періоді в порівнянні з базовим періодом, %;

$ПП_{баз}$, $ПП_{пл}$ – продуктивність праці в базовому та плановому періодах.

Управління продуктивністю праці потребує класифікації чинників її росту. Всі чинники зростання продуктивності праці діляться на зовнішні і внутрішні.

Зовнішні чинники – це чинники, які перебувають поза контролем окремого підприємства – політика, законодавство, інституційні складові, ринок, зрушення в суспільстві, природні ресурси.

Внутрішні чинники – це чинники, на які підприємство може безпосередньо впливати, тобто продукція, технологія, матеріали, енергія, персонал, стилі і методи управління.

Усі фактори, які впливають на продуктивність праці можна об'єднати в такі групи:

- матеріально-технічні (удосконалення техніки і технології, застосування нових видів сировини, матеріалів);
- організаційні (поглиблення спеціалізації, комбінування, удосконалення системи управління організацією);
- економічні (удосконалення методів планування, систем оплати праці, участі у прибутках);
- соціальні (створення належного морально-психологічного клімату, нематеріальне заохочення, поліпшення системи підготовки і перепідготовки кадрів);
- природні умови та географічне розміщення підприємств.

Враховуючи значення продуктивності праці для економічного зростання, необхідно постійно підвищувати продуктивність праці. Основними шляхами підвищення продуктивності праці є:

- розвиток і впровадження у виробництво досягнень науково-технічного прогресу;
- піднесення професійного, загальноосвітнього та культурно-технічного рівня працівників;
- раціональне використання природних, матеріальних, трудових ресурсів;
- поліпшення організації та управління виробництвом;
- впровадження ефективних матеріальних і моральних стимулів до праці.

В ринкових умовах важливу роль для зростання продуктивності праці має максимальне використання виробничих потужностей. *Поліпшення використання засобів праці здійснюється за двома напрямками:*

- *екстенсивним* – збільшення часу їх роботи шляхом скорочення простоїв, введення в дію невикористаного

устаткування, підвищення коефіцієнта змінності в раціональних розмірах, скорочення строків ремонту тощо;

- *інтенсивним* – поліпшення використання машин та устаткування за одиницю часу через упровадження прогресивних технологічних процесів.

У сучасних умовах для впровадження у виробництво досягнень науково-технічного прогресу необхідно здійснювати реконструкцію і технічне переозброєння діючих виробництв, підвищувати частку витрат на активну частину основних виробничих фондів.

Матеріально-технічні фактори сприяють економії живої та уречевленої праці. Сукупність матеріально-технічних факторів та їх вплив на рівень продуктивності праці можна характеризувати певними показниками.

Фондоозброєність – це показник оснащеності праці виробничими основними фондами. Визначається відношенням середньорічної балансової вартості основних виробничих фондів до середньооблікової чисельності працівників.

Електроозброєність праці – споживання всіх видів енергії на одного працівника за певний період. Електроозброєність праці визначається як відношення кількості електроенергії, що використана у виробничому процесі за певний період, до середньооблікової чисельності працівників.

Велике значення для підвищення продуктивності праці мають *організаційно-економічні фактори*, які визначаються рівнем організації виробництва, праці й управління. До таких факторів належать:

- удосконалення форм організації суспільного виробництва, його подальшої спеціалізації та концентрації, удосконалення організаційно-виробничих підрозділів і допоміжних служб на підприємстві;

- удосконалення організації праці шляхом поглиблення поділу і кооперації праці, застосування передових методів і прийомів праці; поліпшення підготовки і підвищення

кваліфікації кадрів; поліпшення умов праці; удосконалення матеріального стимулювання праці;

- удосконалення організації управління виробництвом шляхом удосконалення системи управління виробництвом, поліпшення оперативного управління виробничим процесом, впровадження автоматизованих систем управління виробництвом.

13.4 Мотивація трудової діяльності працівників

Результативність праці на кожному робочому місці зумовлює рівень економічної ефективності функціонування підприємства загалом. З-поміж різноманітних чинників, котрі становлять основу активізації зусиль персоналу підприємства, що спрямовані на підвищення результативності їхньої діяльності, завжди є ***мотивація праці***.

Спонування працівників підприємства до реалізації висунутих перед ними завдань є об'єктивною необхідністю, яку повинні усвідомлювати всі керівники. У нинішніх умовах керівники підприємств надають більшого значення не адміністративним методам управління та матеріального стимулювання, а мотивації праці.

Мотивація праці – одна з найважливіших функцій менеджменту, яка стимулює працівника або групу працівників до діяльності, спрямованої на досягнення мети підприємства через задоволення їх власних потреб.



Рис. 13.2 Класифікація методів мотивації трудової діяльності працівників

Результативність діяльності конкретного працівника визначається його індивідуальними можливостями й особистою зацікавленістю, усвідомленням його власної ролі в колективних зусиллях, а обсяг витрат його праці залежить від оцінки працівником достатності рівня винагороди й упевненості в тім, що вона буде отримана. Цим пояснюється

необхідність конструювання *багатофакторних моделей мотивації*, що враховують потреби, очікування й сприйняття різними працівниками справедливості винагороди за свою працю. До основних факторів, що впливають на поведінку працівника й які потрібно враховувати в практиці мотивації його трудової діяльності, відносяться: фізичний тип особистості (вік, стать і т.п.); рівень самосвідомості й освіти, професійна підготовка; психологічний клімат у колективі; вплив зовнішнього середовища й т.п.

Водночас варто зауважити, що заробітна плата не може бути єдиною метою трудової діяльності. Матеріальне заохочення робить мотивацію праці результативною лише за умови функціонування останньої як системи, що базується на таких основних принципах:

- комунікація, співробітництво та згода між працівниками та адміністрацією щодо загальних принципів системи;

- обґрунтована система оцінки робіт та визначення обсягу останніх;

- добре осмислені та обґрунтовані критерії виміру та оцінки; виважені нормативи, контроль за ними, періодичний перегляд; чітке узгодження заохочення з результативністю діяльності; винагородження, особливо додаткове, не за рівень результативності взагалі, а саме за той, що його передовсім пов'язано з якістю.

Такі самі принципи покладаються в основу організації оплати праці на підприємстві (в організації).

Поточні зміни в діяльності підприємства, окремих його підрозділів, а також вироблення та реалізація стратегії дальшого розвитку дуже часто потребують коригування (регулювання) поведінки окремих категорій працівників.

Регулювання поведінки людей в умовах сучасних підприємств повинне будуватися з дотриманням наступних **фундаментальних принципів**:

- необхідно брати до уваги тільки реально можливі в конкретних умовах діяльності поведінкові явища;

- варто використовувати частоту прояву цих поведінкових явищ у відповідній групі працівників як основні показники;

- необхідно постійно спостерігати й контролювати поведінку працівників в умовах конкретної ситуації на підприємстві.

Цілеспрямований вплив на об'єкт управління може здійснюватися за допомогою адміністративних, економічних, соціально-психологічних та ідеологічних методів.

Вплив мотивації на поведінку людини залежить від багатьох чинників, він є індивідуальним і може змінюватись під дією мотивів і зворотного зв'язку з діяльністю людини.

Мотивація праці потребує детальнішого врахування нинішньої соціально-економічної ситуації, а також дії чинників, пов'язаних із розвитком ринкової економіки. Оскільки як самі мотиви, тобто лінія поведінки працівників, впливають на розвиток ринкового господарства, так і вона, зі зміцненням своїх функцій, впливає на принцип формування інтересів та стимулів, отже, і мотивів до праці.

У мотивації праці слід розрізняти систему і механізм.

Система мотивації праці включає ланки, в яких мотиви групуються за їхніми ознаками. Система існує без відношення до періоду та конкретної соціально-економічної ситуації, тобто її параметри є сталими.

Механізм мотивації праці включає комплекс економічних стимулів та засобів соціального і морально-психологічного характеру, які є спонукальними мотивами до праці або підсилюють їх. Механізм мотивації праці змінний у часі та просторі, мобільний. Ним можна управляти з метою посилення мотивації праці чи навіть викликати до дії зовсім нові мотиви. Наприклад, за рахунок надання права приватної власності на майно на основі його приватизації, забезпечення беззастережного права розпоряджатися результатами своєї праці, лібералізації цін, зміни політичної системи.

Економічна література виокремлює дві групи факторів, під впливом яких формується мотиваційна структура у сфері праці:

1) *внутрішніх*, пов'язаних самою трудовою діяльністю і спричинених нею.

Це склад роботи, професія, усвідомлення своїх досягнень, визнання їх оточуючими, стосунки з колегами, можливість підвищити кваліфікацію, прагнення до просування по службі і почуття відповідальності, самореалізація у праці. На основі цих мотивів праця приносить найбільше задоволення і не потребує контролю та примусу;

2) *зовнішніх*, що перебувають поза межами праці. Зокрема, політика вищої організації та методи управління, стиль керівництва, компетентність керівника, стосунки з безпосереднім керівником, з адміністрацією, умови праці, організація праці, психологічний клімат, соціально-грошові винагороди, суспільний та професійний статус.

Мотив – це внутрішнє бажання людини задовольнити свої потреби, що зумовлює певні дії внутрішніх та зовнішніх її рушійних сил.

До числа **факторів, які впливають на трудову активність людини**, відносять фактори макросередовища. загального та локального мікросередовища.

До **факторів макросередовища** відносяться: система соціальних відносин в суспільстві, умови життя людини в ньому, які створюють належні передумови для духовного і творчого розвитку особистості.

Фактори загального мікросередовища характеризують специфічні умови діяльності працівників у виробничому колективі, особливості його соціальної орієнтації. До них відносять організаційну структуру колективу, систему соціального управління, стимулювання праці, загальні, вирішувані колективом завдання, галузеву специфіку, змістовність і умови праці, побуту і дозвілля працівників, рівень соціального й економічного розвитку колективу.

Фактори локального мікросередовища діють в межах первинного колективу, обмеженої групи і здебільшого обумовлені факторами загального мікросередовища. оскільки є їх конкретним проявом. Роль кожного фактора у формуванні трудової мотивації залежить від значення при здійсненні процесу трудової діяльності окремих соціальних груп, задоволення їхніх потреб, реалізації інтересів.

Фактори формування відносин до праці розподіляють на об'єктивні, обумовлені особливостями виробничого і невиробничого середовищ, та суб'єктивні, пов'язані з відображенням зовнішніх умов в свідомості працівників, з їхніми індивідуальними особливостями.

Комплексна система мотивації праці повинна відповідати ряду вимог:

- враховувати всі потреби й інтереси кожного окремого працівника в трудовому колективі;
- формувати мотиваційно-стимуляційну основу діяльності як в макро-, так і в мікросередовищі;
- впливати на мотиваційну свідомість працівника.

Система мотивації праці включає наступні групи **методів**:

1) *організаційно-виробничі методи* направлені на створення сприятливих передумов для трудової діяльності працівників, сприяють ритмічній роботі, викликають позитивні емоції;

2) *соціально-економічні методи* спрямовані на створення гнучкої системи стимулювання працівників, зокрема на забезпечення відповідних передумов для вибору будь-якої форми власності підприємством, на розробку науково обґрунтованої системи тарифних ставок і посадових окладів, на узгодження системи оплати праці з кінцевими результатами виробництва, напруженістю і складністю праці, завантаженістю працівника протягом зміни та умовами роботи;

3) *адміністративні методи* ґрунтуються на властивих системі управління відносинах підпорядкування. Керівник,

наділений відповідними повноваженнями, координує діяльність підпорядкованих йому осіб та підрозділів за допомогою комплексу організаційно-розпорядничих і нормативних документів (наказів, розпоряджень, інструкцій, положень, стандартів тощо), які носять обов'язковий і адресний характер;

4) *правові методи* являють собою систему правил, дотримання яких повинно гарантуватися правовими нормами, що містять відомості про посадову, дозволену, стимулюючу, заохочувальну чи заборонну поведінку працівників. Правові розпорядження вносять порядок та організованість до системи соціальних зв'язків, визначають правові положення посадових осіб і колективів, надають їм права та обов'язки відносно один одного й у кінцевому рахунку спонукають людей до активної поведінки;

5) *соціально-психологічні методи* спрямовані на створення сприятливого клімату в колективі, де працівник почувається зручно. Створенню таких умов сприяють стиль керівництва, розуміння керівником соціально-психологічних процесів, які відбуваються в колективі, знання потреб, інтересів людей та вміння впливати на них, спілкуватися з різними соціально-демографічними групами в колективі, підтримка ініціативи та заповзятливості працівників, прагнення знайти нові ефективні форми організації виробництва, підвищити якість продукції;

6) *інформаційно-роз'яснювальні методи* призначені для підвищення рівня інформованості працівників у виробничій та невиробничій сферах.

Реалізація визначених методів підсилення вмотивованості праці передбачає:

- відповідність матеріальної винагороди працівника діяльності, яка сприяє високій продуктивності та ефективності роботи підприємства в цілому;

- широке визнання досягнень тих людей, чії результати праці перевищують середні показники, характерні для працівників даної категорії;

- виплату працівникам частки прибутку, отриманого внаслідок підвищення продуктивності їхньої праці;
- участь працівників в розробці показників, за якими оцінюються результати діяльності підприємства;
- запобігання ситуаціям, де інтереси працівників суперечать інтересам підприємства;
- уточнення і чітке визначення посадових обов'язків працівників;
- відсутність будь-яких соціальних привілеїв для керівництва, які поглиблюють диференціацію між ним і рядовими працівниками.

13.5 Оплата праці: сутність, функції, державна політика і загальна організація

Ефективність функціонування та соціальний розвиток тих чи тих суб'єктів господарювання (трудових колективів) забезпечується передусім формуванням належних індивідуальних і колективних матеріальних стимулів, провідною формою реалізації яких є оплата праці різних категорій персоналу.

Оплата праці – це будь-який заробіток, обчислений, як правило, у грошовому виразі, що його за трудовим договором власник або вповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану роботу або надані послуги.

Заробітна плата працівників складається з трьох частин:

- основної заробітної плати;
- додаткової заробітної плати;
- інших компенсаційних та заохочувальних виплат.

Основна заробітна плата працівника залежить від результатів і його праці й визначається тарифними ставками, відрядними розцінками, посадовими окладами, а також надбавками й доплатами в розмірах, не вищих за встановлені чинним законодавством.

Рівень додаткової оплати праці здебільшого залежить від кінцевих результатів діяльності підприємства. Додаткова

заробітна плата – це винагорода за працю понад встановлені норми, за трудові успіхи та винахідливість і за особливі умови праці, у тому числі доплати, надбавки, гарантійні й компенсаційні виплати, передбачені чинним законодавством, а також премії, пов'язані з виконанням виробничих завдань і функцій.

Доплати класифікуються за ознакою сфери трудової діяльності і діляться на дві групи:

1) які не мають обмежень щодо сфер трудової діяльності: за роботу в понаднормовий час, особам, які не досягли 18-ти років і мають скорочену тривалість робочого дня, робітникам, які внаслідок виробничої необхідності виконують роботи за нижчими від поданих ним тарифних розрядів; за час простою в разі невиконання норм виробітку і бракованої продукції не з вини робітника.

2) які застосовуються тільки в певних умовах:

а) доплати, що мають стимулюючий і компенсуючий характер: за суміщення професій; за розширення зони обслуговування або збільшення обсягу робіт; на період освоєння певних норм; бригадирам, якщо їх не звільнено від основної роботи; за ведення діловодства та бухгалтерії; за обслуговування обчислювальної техніки;

б) доплати компенсаційного характеру: за роботу у важких і шкідливих умовах праці; за інтенсивність праці; за роботу в нічний час; за перевезення небезпечних вантажів;

в) доплати пов'язані з особливим характером виконуваних робіт (сезонність, віддаленість): за роботи у вихідні дні; за багатозмінний режим; водіям, які працюють за ненормованим робочим днем і роз'їздним характером роботи; за дні відпочинку (відгули); за роботу понад нормальну тривалість робочого часу в період заготовок; за роз'їздний характер праці.

Надбавка – це додаткова виплата працівника за особливо складні умови роботи, високоякісну роботу.

Найчастіше використовують надбавки за високу професійну майстерність; за високі досягнення службовців у

праці; за вислугу років; виконання особливо важливої роботи; знання і використання в роботі іноземної мови.

Широке використання доплат і надбавок дає змогу спонукати працівників до виконання найвідповідальніших робіт, виявляти кращі результати роботи і коригувати заробіток до збільшення.

Інші заохочувальні та компенсаційні виплати – це винагорода за підсумками роботи за рік, премії за спеціальними системами і положеннями, компенсаційні та інші грошові матеріальні виплати, які не передбачені актами чинного законодавства або які провадяться понад встановлені зазначеними актами норми.

За умов розвитку підприємництва та існування різних форм власності заробіток працівника вже не визначається розміром якогось гарантованого фонду оплати праці, а все більше залежить від кінцевих результатів і доходів від діяльності підприємства. Треба враховувати, що й сам працівник усе частіше стає більш-менш реальним співвласником підприємства. Відтак винагороду працівникові-власнику треба нараховувати не тільки за працю, а й за вкладений у підприємство капітал. Ось чому, враховуючи зміни в природі та механізмі формування заробітку працівника, замість поняття «заробітна плата» усе частіше використовують терміни «трудоий дохід», «винагорода», «оплата праці», «заробіток», «дохід». Але в будь-якому разі повна компенсація (грошова або негрошова) за витрачені зусилля, включаючи заробітну плату, повинна відбивати внесок кожного працівника, ефективність його праці.

Розрізняють два види заробітної плати: номінальну і реальну.

Номінальна заробітна плата – це визначена, зафіксована в розрахунковій відомості або в інших документах величина заробітної плати в грошовому виразі, що характеризує рівень оплати праці відповідно до кількості

та якості витраченої праці, яка не пов'язана з цінами на товари і послуги та грошовими витратами працівника.

Реальна заробітна плата – обчислена, визначена як сукупність матеріальних і духовних благ, споживчих товарів і послуг, які можна на неї придбати, залежить від розміру номінальної заробітної плати та визначається рівнем цін на споживчі товари і послуги.

Дієвість оплати праці визначається тим, наскільки повно вона виконує свої основні функції – відтворювальну, стимулюючу, регулюючу й соціальну.

Відтворювальна функція заробітної плати передбачає встановлення норм оплати праці на такому рівні, який забезпечує нормальне відтворення робочої сили відповідної кваліфікації та водночас дає змогу застосовувати обґрунтовані норми праці, що гарантують власнику отримання необхідного результату господарської діяльності.

Функція стимулювання зводиться до того, що можливий рівень оплати праці має спонукати кожного працівника до найефективніших дій на своєму робочому місці.

Регулююча функція оплати праці реалізує загальноживаний принцип диференціації рівня заробітку за фахом і кваліфікацією відповідної категорії персоналу, важливістю та складністю трудових завдань.

Соціальну функцію заробітної плати спрямовано на забезпечення однакової оплати за однакову роботу; вона має поєднувати державне й договірне її регулювання, а також реалізовувати принцип соціальної справедливості щодо одержання власного доходу.

Повна та ефективна реалізація цих головних функцій оплати праці можлива за умови формування й послідовного здійснення науково обґрунтованої політики як на макрорівні (держава, галузь, регіон), так і на мікрорівні (підприємство, організація, їхні підрозділи).

Державна політика оплати праці практично реалізується через механізм її регулювання. Останній є

складовою частиною загального механізму реалізації соціально-економічної політики держави.

Використання конкретних важелів механізму державного регулювання оплати праці залежить від впливу різноманітних чинників.

Політика оплати праці підприємств, організацій та інших первинних суб'єктів господарювання формується й реалізується в межах чинного законодавства, передусім закону України «Про оплату праці» (1995 р.). Вона має враховувати стратегічні та тактичні цілі діяльності конкретних суб'єктів господарювання, їхню галузеву специфіку, абсолютні розміри, географічне розміщення, ступінь міжнародної інтеграції, рівень соціального розвитку трудового колективу тощо.

Конкретна реалізація політики заробітної плати здійснюється на підставі договірного регулювання оплати праці найманих працівників підприємств, тобто на підставі укладання системи тарифних угод на трьох рівнях:

міжгалузевому (генеральна тарифна угода);

галузевому (галузева тарифна угода) або комунальному (регіональна тарифна угода);

виробничому (тарифна угода як складова частина колективного договору).

Тарифна угода – це договір між представниками сторін переговорів з питань оплати праці та соціальних гарантій.

Предметом тарифної угоди як складової частини колективного договору на виробничому рівні є:

форми й системи оплати праці, що застосовуються для різних категорій та груп працівників;

мінімальна тарифна ставка, диференційована за видами (типами) виробництв у межах рівнів, передбачених генеральною тарифною угодою для відповідних видів (типів) виробництв галузі (підгалузі);

розміри тарифних ставок за розрядами робіт і посадових окладів відповідних категорій працівників;

види й розміри доплат, надбавок, премій та інших заохочувальних і компенсаційних виплат та умови їхнього надання;

умови оплати праці за роботу в надурочний час, за простої, які мали місце не з вини працівника, за виготовлення продукції, що виявилася бракованою не з вини працівника, тощо.

У разі найму працівника за контрактом власник або вповноважений ним орган може встановлювати за згодою працівника як передбачені в колективному договорі, так і індивідуальні умови оплати праці.

До державних норм і гарантій у сфері оплати праці належать:

- норми оплати праці за роботу в понаднормовий час, у святкові, неробочі та вихідні дні, у нічний час;

- виплати заробітної плати не нижче 2/3 тарифної ставки відповідно до встановленого працівникові розряду за час простою та під час виготовлення бракованої продукції, але не з вини працівника;

- розмір заробітної плати працівників, молодших 18 років, за скороченої тривалості їх щоденної роботи дорівнює розміру заробітної плати працівників відповідної категорії за повної тривалості робочого дня;

- зберігання попередньої середньої заробітної плати під час виконання державних обов'язків, підвищення кваліфікації, а також переведення на легшу та нижчеоплачувану роботу за станом здоров'я;

- збереження попередньої заробітної плати для вагітних жінок і жінок, які мають дітей віком до 3 років, переведених на легшу роботу;

- гарантії та компенсації працівникам у разі переїзду на роботу до іншої місцевості, службових відряджень, роботи у польових умовах тощо.

Вказані норми і гарантії в оплаті праці, передбачені Кодексом законів про працю, Законом України «Про оплату праці» та іншими актами законодавства України є

мінімальними державними гарантіями. Форми і системи оплати праці, норми праці, розцінки, тарифні сітки, ставки, схеми посадових окладів, розміри доплат, надбавок і компенсацій устанавлюються підприємствами самостійно з урахуванням норм і гарантій, передбачених законодавством, і відбиваються в колективному договорі, що складається між роботодавцем і профспілкою з метою регулювання соціально-трудова відносин і узгодження соціально-економічних інтересів працюючих і роботодавців. Колективний договір приймається на засіданні трудового колективу, якщо за нього проголосувало більш 50 % працюючих, і поширюється на всіх співробітників підприємства.

Практична організація оплати праці базується на державному й договірному регулюванні її абсолютного рівня та механізмі визначення індивідуальної заробітної плати всіх окремих категорій працівників (робітників, спеціалістів, службовців, керівників) підприємств та установ різних форм власності. Основним організаційно-правовим інструментом обґрунтування диференціації заробітної плати працівників різних суб'єктів господарювання є тарифно-посадова система, основні елементи якої такі: тарифно-кваліфікаційні довідники; кваліфікаційні довідники посад керівників, спеціалістів і службовців; тарифні сітки й ставки; схеми посадових окладів або єдина тарифна сітка.

Тарифно-кваліфікаційні довідники у вигляді Єдиного тарифно-кваліфікаційного довідника робіт і професій робітників (ЄТКД) — це збірник нормативних актів, що містить кваліфікаційні характеристики робіт і професій, згруповані за виробництвами та видами робіт. ЄТКД призначено для тарифікації робіт, надання кваліфікаційних розрядів робітникам, а також для формування навчальних програм підготовки їх підвищення кваліфікації робітників.

Кваліфікаційні довідники посад керівників, спеціалістів і службовців є нормативними документами, в яких подаються загальногалузеві кваліфікаційні

характеристики цих категорій працівників. У них зазначаються посадові обов'язки, вимоги до знань і стажу роботи за спеціальністю, рівня та профілю підготовки керівників, спеціалістів і службовців.

Тарифна сітка встановлює відповідні співвідношення в оплаті праці працівників різної кваліфікації. Вона є, власне, переліком тарифних розрядів і відповідних тарифних коефіцієнтів.

Важливим елементом тарифної системи є **тарифна ставка**, її абсолютна величина визначається згідно зі встановленим державою мінімальним розміром заробітної плати, тобто таким, що нижче за нього вже не можна платити працівникові за виконану норму робочого часу.

Тарифна ставка визначає абсолютний розмір заробітку за годину, день або місяць роботи. Вона встановлюється урядом для кожної галузі окремо, як правило, для робітників, працюю яких за складністю відносять до першого розряду.

Тарифні ставки наступних розрядів обчислюються множенням тарифної ставки першого розряду на відповідний тарифний коефіцієнт:

$$C_{гi} = C_1 * k_i, \quad (13.17)$$

де $C_{гi}$, C_1 – годинна тарифна ставка і-го та першого тарифних розрядів відповідно, грн./ год;

k_i – тарифний коефіцієнт і-го розряду.

Мінімальна годинна ставка некваліфікованого робітника (робітника першого розряду) визначається:

$$C_{г\min} = \frac{ЗП_{\min}}{ФРЧ_{\text{норм}}}, \quad (13.18)$$

де $ЗП_{\min}$ – встановлена законодавством мінімальна заробітна плата, грн.;

$\Phi PC_{\text{норм.}}$ – нормативна тривалість робочого часу за місяць, год.

Оплата праці керівників, спеціалістів і службовців конкретних суб'єктів господарювання здійснюється за встановленими державою посадовими окладами з урахуванням застосовуваної системи стимулювання високоефективної роботи чи за контрактною (договірною) системою роздержавлених підприємств (організацій) та інших підприємницько-комерційних структур.

13.6 Форми і системи оплати праці робітників

Основними вимірниками результатів (затрат) праці є кількість виготовленої продукції (обсяг наданих послуг) належної якості або витрачений робочий час, тобто кількість днів (годин), протягом яких працівник фактично був зайнятий на підприємстві. Такому поділу вимірників затрат праці відповідають дві форми заробітної плати, що базуються на тарифній системі, — відрядна та погодинна.

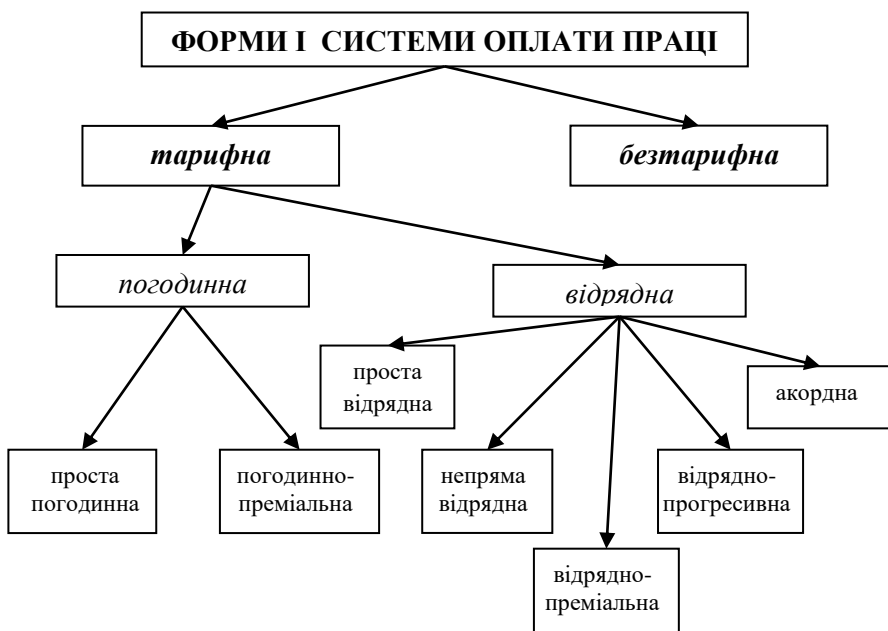


Рис. 13.3. Форми і системи оплати праці

За відрядної форми величина заробітку працівника визначається кількістю продукції (робіт, послуг), виготовленої за певний проміжок часу (зазвичай, за місяць), та відрядною розцінкою за її одиницю:

$$ЗП_{\text{відр}} = O_{\phi} * C_{\text{відр}}, \quad (13.19)$$

де O_{ϕ} – фактична кількість виготовленої продукції за певний період, шт.;

$C_{\text{відр}}$ – відрядна розцінка за виготовлення одиниці виробу, грн./шт.

Відрядна розцінка за виготовлення одиниці продукції обчислюється за нормою часу на її виготовлення та відповідною годинною тарифною ставкою робітника і-го розряду:

$$C_{\text{відр}} = C_{г_i} * H_{ч}, \quad (13.20)$$

де $C_{г_i}$, - годинна тарифна ставка робітника і-го розряду, грн.;
 $H_{ч}$ – норма часу на виготовлення одиниці продукції, год.

Основними умовами застосування відрядної оплати праці є наявність кількісних показників роботи, що безпосередньо залежать від конкретного працівника і піддаються точному обліку, а також необхідність стимулювання зростання випуску продукції та існування реальних можливостей підвищення виробітку на конкретному робочому місці. Використання цієї форми оплати праці потребує встановлення обґрунтованих норм виробітку, чіткого обліку їхнього виконання і, що особливо важливо, воно не повинно призводити до погіршення якості продукції, порушень технологічних режимів, техніки безпеки, а також до перевитрачання сировини, матеріалів, енергії.

За погодинної форми заробітної плати оплата праці робітників здійснюється за годинними (денними) тарифними ставками з урахуванням відпрацьованого часу та рівня кваліфікації, що визначається тарифним розрядом.

Обчислюється вона за формулою:

$$ЗП_{\text{пог}} = ФРЧ_{\text{ф}} * C_{г_i}, \quad (13.21)$$

де $ФРЧ_{\text{ф}}$ – фактичний фонд робочого часу працівника, год;
 $C_{г_i}$ – годинна тарифна ставка працівника і-го розряду (кваліфікації), грн./год.

Погодинна форма заробітної плати застосовується тоді, коли недоцільно нормувати роботи (наприклад, операції контролю за якістю продукції) або вони взагалі не піддаються нормуванню, оскільки зміст і послідовність виробничих операцій часто змінюються (роботи з ремонту та налагодження устаткування, обслуговування

внутрішньозаводського транспорту, дослідно-експериментальні роботи тощо).

Сучасна техніка пред'являє підвищені вимоги до точності та чистоти обробки, якості продукції. Саме почасова, а не відрядна оплата праці значно більше сприяє дотриманню цих вимог. Погодинна оплата праці керівників, спеціалістів і службовців здійснюється, як правило, за місячними посадовими окладами (ставками).

Кожна з названих форм заробітної плати охоплює кілька систем оплати праці для різних організаційно-технологічних умов виробництва.

За прямої відрядної системи заробіток працівника розраховується множенням кількості одиниць виробленої продукції та розцінки за одиницю продукції.

За непрямой відрядної системи заробіток працівника залежить не від його особистого виробітку, а від результатів праці працівників, що їх він обслуговує. Вона застосовується для оплати тих категорій допоміжних робітників (наладчиків, ремонтників, кранівників), праця яких не піддається нормуванню та обліку, але значною мірою визначає рівень виробітку основних робітників.

Заробіток обчислюється за формулою:

$$ЗП_{\text{непр.}} = С * ФРЧ_{\phi} * K_{\text{в.н.}}, \quad (13.22)$$

де $ФРЧ_{\phi}$ – фактичний фонд робочого часу робітника, год.;

$K_{\text{в.н.}}$ – середній коефіцієнт виконання норм виробітку на дільниці, що обслуговується допоміжним робітником.

За відрядно-преміальної системи крім заробітку за прямими відрядними розцінками (або тарифної заробітної плати), виплачується премія за виконання та перевиконання встановлених кількісних та якісних показників роботи. Заробітна плата робітника визначається за формулою:

$$ЗП_{в.-прем.} = O_{\phi} * C_{відр} + П, \quad (13.23)$$

де $П$ - сума преміальних доплат.

Преміальні доплати обчислюють за формулою:

$$П = (O_{\phi} * C_{відр}) \frac{П_1 + П_2 * П_{пп}}{100}, \quad (13.24)$$

де $П_1$ – відсоток доплат за виконання плану, %

$П_2$ – відсоток доплат за кожен відсоток перевиконання плану, %

$П_{пп}$ – відсоток перевиконання плану:

$$П_{пп} = \frac{O_{\phi} - O_{пл}}{O_{пл}} * 100, \quad (13.25)$$

Відрядно-прогресивна оплата праці передбачає оплату робіт, виконаних у межах встановленої норми за звичайними відрядними розцінками, а робіт, виконаних понад нормативний (базовий) рівень, – за підвищеними розцінками залежно від ступеня виконання завдання. Застосування цієї системи обмежується, як правило, дільницями, що стримують роботу всього підприємства, за браком у них стимулюючих факторів підвищення якості продукції або послуг.

Сума заробітної плати робітника за цією системою обчислюється за формулою:

$$ЗП_{в.-прогр.} = O_n * C_{відр} + O^* * C_{відр}^*, \quad (13.26)$$

де O_n – кількість продукції, виготовленої в межах встановленої норми, шт.;

O^* – кількість продукції, виготовленої робітником понад встановлену норму, шт.;

$C_{\text{відр}}$, $C^*_{\text{відр}}$. – відрядна розцінка за одиницю продукції, виготовленої в межах встановленої норми та понад цю норму відповідно, грн./шт.

Підвищену розцінку за один виріб можна обчислити за формулою:

$$C^*_{\text{відр}} = C_{\text{відр}} * \left(1 + \frac{v}{100}\right), \quad (13.27)$$

де v – відсоток зростання розцінки, %

Відмінність *акордної системи* полягає в тому, що працівникові або групі працівників розцінки встановлюються не за окремі операції, а за весь комплекс робіт із визначенням кінцевого строку його виконання. Ця система заохочує до скорочення строків виконання робіт і тому використовується передовсім для усунення наслідків аварій, за термінових ремонтів, будівельних робіт тощо. Треба враховувати необхідність суворого контролю якості, додержання правил безпеки праці за застосування цієї системи оплати.

Погодинна оплата праці робітників здійснюється за годинними (денними) тарифними ставками із застосуванням нормованих завдань або за місячними окладами. Погодинна оплата праці керівників, спеціалістів і службовців, як уже було сказано, проводиться, як правило, за місячними посадовими окладами (ставками).

Обчислюється вона за формулою:

$$ЗП_{\text{пог}} = ФРЧ_{\text{ф}} * C_{\text{г}_i}, \quad (13.28)$$

За простої погодинної оплати заробіток працівника розраховується множенням годинної тарифної ставки відповідного розряду на кількість відпрацьованих годин.

Через недостатній позитивний вплив на кількість і якість праці робітника цю систему застосовують досить рідко.

У погодинно-преміальній системі певною мірою усунуто цей недолік. За цієї системи окрім тарифного заробітку працівник одержує премію за досягнення певних кількісних або якісних показників. Обчислюється вона за формулою:

$$ЗП_{п.-прем} = ФРЧ_{ф} * Сг_i + П, \quad (13.29)$$

Сума преміальних доплат (П) враховує встановлений тарифний заробіток працівника та відсоток преміювання (% премії):

$$П = \frac{ФРЧ_{ф} * Сг_i * \%премії}{100}, \quad (13.30)$$

За застосування погодинно-преміальної системи з використанням нормованих завдань заробіток може складатися з трьох частин:

1) погодинного заробітку, що розраховується пропорційно відпрацьованому часу, і доплат за професійну майстерність та умови (інтенсивність) праці;

2) додаткової оплати за виконання нормованих завдань, що нараховується у відсотках до почасової оплати за тарифом;

3) премії за зниження трудомісткості виробів або робіт.

Різновидом погодинно-преміальної є система оплати за посадовими окладами, що застосовується на підприємствах усіх галузей економіки. За цією системою оплачуються працівники, робота яких має стабільний характер (комірники, вагарі, прибиральники та ін.).



ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Дайте визначення термінів «робоча сила», «трудові ресурси», «персонал», «трудоий потенціал».
2. Які категорії населення належать до трудових ресурсів?
3. Порядок визначення чисельності основних робітників.
4. Порядок визначення загальної чисельності промислово-виробничого персоналу.
5. Що таке продуктивність праці?
6. У чому полягає значення підвищення продуктивності праці?
7. Показники вимірювання продуктивності праці (натуральні, трудові, вартісні), їх переваги та недоліки.
8. Заробітна плата як соціально-економічна категорія
9. Види заробітної плати.
10. Структура та функції заробітної плати.
11. Характеристика форм та систем оплати праці.
12. Організація заробітної плати, її елементи і принципи.
13. Тарифна система оплати праці.
14. Роль матеріального стимулювання праці в умовах ринкової економіки.
15. Назвіть функції заробітної плати та принципи їх реалізації.
16. Обґрунтуйте сутність та значення тарифної системи оплати праці.
17. Охарактеризуйте систему доплат і надбавок до заробітної плати.
18. У чому полягає особливість застосування безтарифної моделі оплати праці?



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Проблеми безробіття на Україні.
2. Кадровий потенціал.
3. Продуктивність праці: шляхи підвищення.

4. Засоби підвищення ефективності використання трудових ресурсів.
5. Ринок праці України
6. Кадрова політика і система управління персоналом.
7. Зарубіжний досвід управління персоналом.
8. Динаміка і резерви підвищення продуктивності праці на підприємствах різних галузей економіки України за сучасних умов господарювання.
9. Політика доходів та оплата праці в Україні.
10. Еволюція теорії формування системи оплати праці.
11. Зарубіжний досвід застосування новітніх форм та систем оплати праці на підприємствах.
12. Методика сучасної організації заробітної плати працівників за кордоном.
13. Сучасні тенденції у застосуванні форм заробітної плати.
14. Відмінності застосування індивідуальних та колективних систем оплати.
15. Особливості порядку нарахування заробітної плати працівникам на підприємствах різних видів діяльності.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Частина працездатного населення, що за своїми віковими, фізичними, освітніми даними відповідає певній сфері діяльності, – це:
 - а) персонал;
 - б) трудові ресурси;
 - в) трудовий потенціал;
 - г) кадри.
2. Сукупність постійних працівників, що отримали необхідну професійну підготовку та (або) мають досвід практичної діяльності – це:
 - а) персонал;
 - б) трудові ресурси;

- в) трудовий потенціал;
 - г) кадри.
3. Працівники, що виконують спеціальні інженерно-технічні, економічні та інші роботи:
- а) керівники;
 - б) спеціалісти;
 - в) службовці;
 - г) робітники.
4. Працівники, що здійснюють підготовку та оформлення документації, облік та контроль, господарське обслуговування:
- а) керівники;
 - б) спеціалісти;
 - в) службовці;
 - г) робітники.
5. Вид трудової діяльності, здійснювання якої потребує відповідного комплексу спеціальних знань та практичних навичок:
- а) професія;
 - б) спеціальність;
 - в) спеціалізація;
 - г) кваліфікація.
6. Сукупність спеціальних знань та практичних навичок, що визначають ступінь підготовленості працівника до виконання професійних функцій відповідної складності:
- а) професія;
 - б) спеціальність;
 - в) спеціалізація;
 - г) кваліфікація.
7. Чисельність працівників, що включає всіх постійних, тимчасових і сезонних працівників, котрих прийнято на роботу терміном на один і більше днів – це:
- а) явочна;
 - б) облікова;
 - в) середньооблікова;
 - г) середньомісячна.

8. Чисельність працівників за певний період, що визначається як сума середньомісячної чисельності, поділена на кількість місяців у розрахунковому періоді:
- а) явочна;
 - б) облікова;
 - в) середньооблікова;
 - г) середньомісячна.
9. Вкажіть, що не відноситься до зовнішніх джерел набору працівників:
- а) комерційні підприємства та організації з працевлаштування;
 - б) регулярне інформування всього колективу працівників про наявні вакансії тощо
 - в) система контрактів підприємств з вищими, середніми спеціальними та професійно-технічними навчальними закладами;
 - г) об'яви в пресі, на радіо, телебаченні, у афішах тощо.
10. Вкажіть, що не відноситься до внутрішніх джерел набору працівників:
- а) підготовка робітників через учнівство на підприємстві;
 - б) просування по службі своїх працівників (можливо з перепідготовкою);
 - в) державні бюро з працевлаштування, регіональні біржі праці;
 - г) пряме звертання до своїх працівників з проханням рекомендувати на роботу їхніх друзів та знайомих;
11. Ефективність (плототворність) трудових витрат, здатність конкретної праці створювати за одиницю часу певну кількість матеріальних благ – це:
- а) ефективність праці;
 - б) продуктивність праці;
 - в) трудомісткість продукції;
 - г) результативність праці.
12. Кількість робочого часу, що витрачається на виробництво одиниці продукції – це:
- а) ефективність праці;

- б) продуктивність праці;
 - в) трудомісткість продукції;
 - г) результативність праці.
13. Показники виробітку, що можуть бути застосовані лише на підприємствах, що випускають однорідну продукцію:
- а) натуральні;
 - б) умовно-натуральні;
 - в) трудові;
 - г) вартісні.
14. Показники виробітку, що можуть застосовуватись для визначення рівня та динаміки продуктивності праці на підприємствах з різноманітною продукцією, що випускається:
- а) натуральні;
 - б) умовно-натуральні;
 - в) трудові;
 - г) вартісні.
15. До групи зовнішніх чинників зростання продуктивності праці не належать:
- а) законодавство;
 - б) політика і стратегія;
 - в) технологія та обладнання;
 - г) природні ресурси.
16. До групи зовнішніх чинників зростання продуктивності праці не належать:
- а) характер продукції;
 - б) організація виробництва й праці;
 - в) система мотивації;
 - г) ринкова інфраструктура.
17. Удосконалення техніки й технології, застосування нових видів сировини та матеріалів відноситься до таких факторів зростання продуктивності праці:
- а) матеріально-технічних;
 - б) організаційних;
 - в) економічних;
 - г) природних умов та розташування підприємства.

18. Поглиблення спеціалізації, комбінування, удосконалення системи управління, організації праці відноситься до таких факторів зростання продуктивності праці:
- а) матеріально-технічних;
 - б) організаційних;
 - в) економічних;
 - г) природних умов та розташування підприємства.
19. Функція заробітної плати, що передбачає встановлення норм оплати праці на такому рівні, який забезпечує нормальне відтворення робочої сили відповідної кваліфікації – це:
- а) відтворювальна;
 - б) стимулююча;
 - в) регулююча;
 - г) соціальна.
20. Функція оплати праці, що реалізує загальноживаний принцип диференціації рівня заробітку за фахом і кваліфікацією відповідної категорії персоналу, важливістю та складністю трудових завдань:
- а) відтворювальна;
 - б) регулююча;
 - в) стимулююча;
 - г) соціальна.
21. Функція заробітної плати, яку спрямовано на забезпечення однакової оплати за однакову роботу; вона має поєднувати державне й договірне її регулювання:
- а) відтворювальна;
 - б) стимулююча;
 - в) регулююча;
 - г) соціальна.
22. Функція заробітної плати, яка зводиться до того, що можливий рівень оплати праці має спонукати кожного працівника до найефективніших дій на своєму робочому місці:
- а) соціальна;
 - б) регулююча;

- в) стимулююча;
 - г) відтворювальна.
23. Система оплати праці, за якої заробіток працівника розраховується множенням кількості одиниць виробленої продукції та розцінки за одиницю продукції:
- а) непряма відрядна;
 - б) акордна;
 - в) проста почасова;
 - г) пряма відрядна.
24. Система оплати праці, що передбачає оплату робіт, виконаних у межах встановленої норми за звичайними відрядними розцінками, а робіт, виконаних понад нормативний рівень, — за підвищеними розцінками :
- а) непряма відрядна;
 - б) акордна;
 - в) відрядно-прогресивна;
 - г) почасово-преміальна.

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

- 14.1. Сутнісна характеристика інтелектуальної власності
- 14.2. Нематеріальні ресурси
- 14.3. Нематеріальні активи

Ключові терміни

- *нематеріальні ресурси*
- *інтелектуальна власність*
- *промислова власність*
- *нематеріальні активи*
- *ноу-хау*
- *патент*
- *авторське право*
- *ліцензія*
- *інформаційний ресурс*

14.1. Сутнісна характеристика інтелектуальної власності

Крім матеріальних ресурсів підприємства, до яких належать основні виробничі фонди та оборотні засоби, ефективність його діяльності залежить від наявності та ступеня використання нематеріальних ресурсів.

Поняття «*нематеріальні ресурси*» використовується для характеристики сукупності об'єктів інтелектуальної власності.

Інтелектуальна власність у широкому розумінні – це юридична категорія, яка застосовується для:

- визначення результатів творчої праці людини (творів науки, техніки, мистецтва та інших видів діяльності);

- позначення належності таких результатів творчої праці відповідним суб'єктам творчої діяльності;

-закріплення за цими суб'єктами особистих немайнових і майнових прав, пов'язаних із розробкою та використанням створених ними інтелектуальних продуктів.

У складі об'єктів інтелектуальної власності виокремлюють:

1) об'єкти промислової власності. З-поміж об'єктів промислової власності окремо також виділяють так звані засоби індивідуалізації учасників цивільного обороту і виготовлюваної ними продукції, робіт, послуг (знаки для товарів і послуг, фірмове найменування, зазначення походження товарів);

2) об'єкти, що охороняються авторськими та суміжними правами;

3) інші (нетрадиційні) об'єкти інтелектуальної власності.

Згідно з Паризькою конвенцією з охорони промислової власності (1883р.) до об'єктів цієї власності належать винаходи, корисні моделі, промислові зразки, товарні знаки, знаки обслуговування, фірмові найменування, зазначення походження товарів, а також способи захисту від недобросовісної конкуренції.

Стокгольмська конвенція (1967р.) включає в поняття «інтелектуальна власність» права, що стосуються літературних, художніх і наукових творів, виконавчої діяльності артистів, звукозапису, радіо і телевізійних передач, винаходів у всіх галузях людської діяльності, наукових відкриттів, промислових зразків, товарних знаків, знаків обслуговування, фірмових найменувань та комерційних позначень, захисту проти недобросовісної конкуренції, а також всі інші права щодо інтелектуальної діяльності у виробничій, науковій, літературній і художній галузях.

Поняття «промислова власність» розуміють у найширшому значенні і застосовують не тільки щодо промисловості й торгівлі, але також і щодо сільськогосподарського виробництва, добувної

промисловості та всіх продуктів промислового чи природного походження.

Нематеріальні активи, утворені інтелектуальною власністю, структурно містять три основні складові, що становлять діалектичну сукупність, а саме:

- 1) інтелект, знання;
- 2) інтелектуальний продукт – результат розумової, інтелектуальної праці;
- 3) інтелектуальна власність – об'єкти промислової власності, об'єкти авторського права і суміжних прав, ноу-хау та захист від недобросовісної конкуренції.

Спочатку інтелект, знання втілюються на матеріальному носії і набирають нової якості – інтелектуального продукту. У процесі народження і перетворення на об'єкти промислової власності інтелектуальний продукт насамперед проходить процедуру експертизи. Після процедури експертизи, відбувається юридичне закріплення прав власності за автором інтелектуального продукту і видача відповідного охоронного документа, тобто набуття прав, а сам інтелектуальний продукт набирає нової якості – об'єкта промислової власності.

Ця обставина засвідчує набуття прав, а їхня офіційна реєстрація і видача свідоцтва здійснюються за бажанням автора.

Таким чином, коли йдеться, наприклад, про вартісну оцінку об'єктів авторського права і суміжних прав, це еквівалентно поняттю вартісної оцінки інтелектуального продукту або об'єкта інтелектуальної власності, утворених об'єктами авторського права і суміжних прав.

Інший шлях перетворення на нематеріальні активи проходять об'єкти ноу-хау. Вони не мають умов охороноздатності і набувають прав, наприклад, після укладення ліцензійного договору.

Наступним етапом є вартісна оцінка прав, що виводить їх на новий якісний рівень, – нематеріальних активів, які

беруться на балансовий облік підприємства. У результаті останньої акції віртуальний за своєю природою продукт стає об'єктом оподаткування, а його власник прирівнюється в правах до власника нерухомого майна і користується всіма правами та перевагами, які випливають із цього.

Підвалини, на яких будується система інтелектуальної власності, складаються, як із законодавства, яким регулюються питання створення результатів інтелектуальної власності та їх правового захисту, так і законодавства стосовно комерційного використання результатів інтелектуальної діяльності. Крім розробки пропозицій щодо власне законодавства система інтелектуальної власності має сполучати органи державної влади – безпосередніх виконавців і організаторів її функціонування. Це – міністерства та відомства, контролюючі та наглядові органи, які займаються організацією боротьби із численними порушеннями у сфері інтелектуальної власності.

14.2. Нематеріальні ресурси

Нематеріальні ресурси – це немонетарні ресурси, які не мають матеріальної форми та контролюються підприємством з метою використання протягом періоду більше одного року (або одного операційного циклу, якщо він перевищує один рік) для виробництва, торгівлі, адміністративних потреб чи надання в оренду іншим юридичним або фізичним особам.

Нематеріальні ресурси – це складова частина потенціалу підприємства, здатна приносити економічну користь протягом відносно тривалого періоду, для якої характерні відсутність матеріальної основи здобування доходів та невизначеність розмірів майбутнього прибутку від її використання.

До нематеріальних ресурсів належать ті, що не мають під собою матеріальної основи, але здатні приносити прибутки або користь підприємству (фірмі) досить тривалий

час. Основною особливістю таких ресурсів є відсутність можливості визначити загальний конкретний розмір користі, що вони приносять.

За природою свого походження нематеріальні ресурси виникають або завдяки новим, унікальним знанням у будь-якій формі, або через рідкісність ресурсів (природну чи організовану). В обох цих випадках недостатність ресурсів (унаслідок унікальності чи наявності в обмеженій кількості) сприяє появі ренти. Використання таких ресурсів або робить їхніх власників єдиним виробником певної продукції, або забезпечує зменшення витрат проти інших виробників. Отже, нематеріальні ресурси багато важать у підвищенні конкурентоспроможності діючих підприємств. За умов насиченості ринку різноманітними товарами підприємство-виробник повинно вдосконалювати можливості пропонування, просування та реалізації своїх товарів або послуг. Дієвим інструментом конкуренції у цьому разі може бути використання нематеріальних ресурсів.

До об'єктів промислової власності належать:

-*винахід*, тобто принципово нове технічне вирішення існуючої виробничої проблеми, що дає позитивний ефект для народного господарства;

-*промисловий зразок* – це розроблена автором або авторським колективом модель виробу, що буде випускатися на даному підприємстві;

-*корисна модель* – це результат творчої діяльності людини, об'єктом якої може бути конструктивне вирішення пристрою або його складових частин;

-*раціоналізаторська пропозиція* – це корисна рекомендація відносно техніки та технологій, що використовуються на окремо взятому підприємстві. На відміну від винаходів вона може бути вже відомою на інших підприємствах або в інших галузях, але на даній фірмі має застосовуватись вперше: це вдосконалення використовуваної техніки, виготовленої продукції, способів контролю, спостереження та дослідження; покращення техніки безпеки;

підвищення продуктивності праці, ефективності використання енергії, матеріалів тощо;

-ноу-хау передбачає певний досвід підприємства у якій-небудь сфері його діяльності: науково-технічній, виробничій, управлінській, комерційній, фінансовій тощо. Ноу-хау не захищаються охоронними документами, але і не оприлюднюються. Вони мають конфіденційний характер тих знань та досвіду, на здобуття яких підприємство витрачає значні кошти;

-товарні марки та товарні знаки – оригінальні позначення, за допомогою яких товари та послуги одних осіб відрізняють від однорідних товарів і послуг інших осіб;

-зазначення походження товару – це словесне чи графічне позначення місця походження товару. Зазначення походження товару як об'єкт промислової власності може бути двох видів: просте та кваліфіковане. Просте зазначення походження товару – це будь-яке словесне чи графічне позначення, що прямо чи опосередковано вказує на географічне місце походження товару. Просте зазначення походження товару дає лише загальне уявлення про дійсне місце походження товару. Кваліфіковане зазначення походження товару виокремлює з-поміж великої кількості товарів такі, котрі мають особливі властивості, особливі якості, зумовлені географічною специфікою місця його виробництва, тобто воно вказує на безпосередню залежність властивостей товару від місця його походження;

-фірмове найменування – це стале позначення підприємства або окремої особи, від імені якої здійснюється виробнича або інша діяльність. Фірмове найменування використовується для розпізнавання підприємств і виокремлення їх з-поміж інших. На відміну від знаків для товарів і послуг, які уможливають ідентифікацію конкретних товарів та послуг даного підприємства, фірмове найменування вказує на підприємство як таке, без будь-яких посилань на товари та послуги, які воно постачає на ринок, та характеризує репутацію і становище підприємства в цілому.

-*гудвіл* є сформований імідж фірми, складовими якого є досвід, ділові зв'язки, престиж товарних знаків, стала клієнтура, доброзичливість та прихильність споживачів тощо.

До об'єктів інтелектуальної власності належить:

-*інформаційна діяльність*, пов'язана з одержанням інформаційних матеріалів, їх обробкою, зберіганням, використанням та поширенням;

-*програмне забезпечення*, що характеризується сукупністю програмних, організаційних та технічних засобів, призначених для централізованого накопичення та використання інформації;

-*база даних* – сукупність даних, матеріалів або творів, систематизованих у формі, яку читає машина;

-*база знань* – це сукупність систематизованих основополагаючих відомостей, що відносяться до певної галузі знань і зберігаються у пам'яті ЕОМ. При цьому передбачається, що обсяг бази знань є достатнім для вирішення певного кола теоретичних та практичних завдань;

-*твори в галузі науки, літератури, мистецтва* – у будь якій формі (письмовій, усній, образотворчій (ілюстрації, картини), об'ємно-просторовій (скульптури, моделі), в інших), а також твори літератури та мистецтва.

Сьогодні інформацію розглядають як ресурс суспільного розвитку, що починає відігравати провідну роль в умовах обмеження енергетичних, матеріальних, економічних та інших ресурсів. І якщо сировину і матеріали, виробничі потужності, енергію та обладнання розглядають як матеріальні ресурси, то **інформаційний ресурс** становить нематеріальні ресурси.

Інформаційні ресурси підприємства – це сукупність інформації, яку можна отримати на підприємстві.

Інформаційні ресурси існували завжди, але до вступу людства в інформаційну фазу розвитку ці ресурси в силу своєї специфіки не розглядалися як економічна категорія. Інформаційні ресурси можуть бути реальними та віртуальними. *Реальні* – це ті, які на момент потреби в них

містяться на підприємстві. *Віртуальні* – це ті, яких на момент потреби в них реально на підприємстві немає, але вони можуть бути отримані ззовні чи розраховані за допомогою інформаційної системи управління підприємством (ІСУП). Ця інформація може бути отримана із зовнішніх джерел в рамках певних правил або за рахунок залучення автоматизованого оброблення наявної інформації і вироблення якісно нової.

Інформаційний ресурс має кілька особливостей, спільних для всіх видів ресурсів, зокрема:

-дає змогу збільшувати вартість продуктів і послуг, а також створювати суто інформаційні продукти і послуги;

-здатний нагромаджуватися, зберігатися і перетворюватися, поліпшуючи власні споживчі властивості;

-може утилізувати використану інформацію у вигляді архівування з залученням в обіг архівних даних як вторинних інформаційних ресурсів;

-створюється в процесі особливого найвищого виду людської діяльності – інтелектуальної праці.

Водночас інформаційний продукт має ряд унікальних ознак, що підвищують його цінність і властиві лише цьому виду ресурсу:

1) багаторазово використовується без затрат; усі інші види ресурсів одноразово, у кращому випадку з подальшою утилізацією у вигляді вторинної сировини;

2) синергізм використання інформації – поєднання інформації з іншим видом ресурсів, а також з іншою інформацією дає більший ефект, ніж звичайне поєднання окремих корисних ефектів від кожного ресурсу окремо;

3) функціонує в різних формах електромагнітного поля в просторі як відображення інформаційних даних і зв'язків з пам'яттю суб'єкта (людина, машина), а також у вигляді зміненої структури різних фізичних носіїв;

4) передається різними каналами зв'язку (комунікативність інформації) практично на будь-яку відстань.

У наш час доступ до інформаційного ресурсу – одна з невідмінних умов досягнення світового лідерства.

Інформаційним ресурсом наукомісткого виробу є сукупність знань, документальних, речових відомостей і даних, потрібних і достатніх для створення нового виробу на рівні конкурентоспроможності, що забезпечує його місце на ринку в даний момент.

В умовах надзвичайного загострення конкуренції на світовому ринку значення інформаційного ресурсу зросло. За словами американського вченого Т. Клівленда: «Інформація є для виробництва стратегічним ресурсом». Інформаційний ресурс включає всі джерела науково-технічної інформації, що сприяють найповнішому задоволенню інформаційних потреб при розв'язанні завдань на всіх стадіях створення виробу.

14.3 Нематеріальні активи

Нематеріальний актив – це об'єкт інтелектуальної, в тому числі промислової власності, а також інші аналогічні права, визнані в порядку, встановленому відповідним законодавством, об'єктом права власності платника податку.

Нематеріальні активи поділяються на такі види.

1. **Об'єкти права інтелектуальної власності.** До них належать:

1.1. **Право власності на винахід.** Право власності на винахід засвідчується патентом. Об'єктом винаходу може бути: продукт (пристрій, речовина, штам мікроорганізму, культура клітин рослини і тварини); спосіб.

1.2. **Право власності на корисну модель.** Право власності на корисну модель засвідчується патентом. Об'єктом корисної моделі може бути конструктивне виконання пристрою.

1.3. **Право власності на промисловий зразок.** Право власності на промисловий зразок засвідчується патентом. Об'єктом промислового зразка може бути форма, малюнок чи розфарбування або їх поєднання, які визначають зовнішній

вигляд промислового виробу і призначені для задоволення естетичних та ергономічних потреб.

1.4. Право власності на знаки для товарів і послуг. Право власності на знаки для товарів і послуг засвідчується свідоцтвом. Об'єктом права власності на знак можуть бути словесні, зображувальні, об'ємні та інші позначення або їх комбінації, виконані у будь-якому кольорі чи поєднанні кольорів,

1.5. Право власності на сорт рослин. Право власності на сорт засвідчується патентом. Патент на сорт засвідчує авторство на сорт і виключне право на його використання. Перелік родів і видів рослин, на сорти яких видаються патенти, визначається Кабінетом Міністрів України.

1.6. Право власності на фірмове найменування. Юридична особа має своє найменування. Право і обов'язки господарських організацій, пов'язані з користуванням фірмовим найменуванням, виробничими марками і товарними знаками, визначаються діючим законодавством.

1.7. Право власності на програми для ЕОМ. Право на публікування, відтворення, розповсюдження та інші дії по введенню в господарський обіг сукупності даних та команд, що призначені для функціонування ЕОМ та інших комп'ютерних пристроїв з метою отримання певного результату.

1.8. Право власності на базу даних. Право на публікування, відтворення, розповсюдження та інші дії по введенню в господарський обіг сукупності даних (статей, розрахунків, тощо), які систематизовані для пошуку і оброблення за допомогою ЕОМ.

1.9. Право власності на науково-технічну інформацію. Об'єктом науково-технічної інформації можуть бути: результати науково-технічних, виробничих робіт та іншої науково-технічної діяльності, що зафіксовані у формі, яка забезпечує їх відтворення, використання та поширення.

2. Об'єкти права користування ресурсами природного середовища. До них належать:

2.1. *Право користування земельною ділянкою.* Право покупця на подальше господарське або інше використання земельної ділянки. До цього права належить також право оренди земельної ділянки.

2.2. *Право користування надрами,* в тому числі на розробку корисних копалин.

2.3. *Право на користування геологічною та іншою інформацією про природне середовище.* Право на використання геологічної, геоморфологічної та іншої інформації про стан та можливості господарського використання елементів природного середовища, природного середовища в цілому, яка міститься в звітах, картах та інших матеріалах.

2.4. *Право на користування іншими ресурсами природного середовища.* Право на використання водних, біологічних та інших ресурсів, яке будь-яким чином впливає на рівень екологічної безпеки життєдіяльності підприємства, населеного пункту, регіону тощо.

3. Об'єкти права користування економічними, організаційними та іншими вигодами. До них належать:

3.1. *Економічні вигоди від користування монопольним положенням ринку.* Факт монопольного панування на ринку виробництва товарів та здійснення послуг визначається на підставі інформації, наданої Антимонопольним комітетом України.

3.2. *Права на використання економічних та інших привілеїв.* Права на користування податковими, господарськими та іншими привілеями та користування майном визначаються на підставі документів, що засвідчують ці права. Право користування податковими привілеями визначається на підставі інформації, наданої податковою інспекцією.

4. Гудвіл (ділова репутація) – це комплекс заходів, спрямованих на збільшення прибутку підприємств без відповідного збільшення активних операцій, включаючи використання кращих управлінських здібностей, домінуючу

позицію на ринку продукції (робіт, послуг), нові технології. Під час приватизації експертному оцінюванню підлягає лише позитивна ділова репутація.

Права на використання об'єктів промислової та інтелектуальної власності називаються нематеріальними активами підприємства. Окремі елементи нематеріальних активів мають особливості правового захисту, до яких належать *патент* та *авторське право*.

Патентом називається документ, що видається державою (державним органом) особі або підприємству з наданням їм виключного права використання зазначеного в патенті винаходу або раціоналізаторської пропозиції. Патентовласник утворює монополію на промислове або інше комерційне використання нематеріальних ресурсів і в разі необхідності може заборонити будь-кому їх використовувати без певного дозволу.

Патент має дві частини – патентну грамоту та патентний опис. **Патентна грамота** складається в обмеженій кількості примірників і передається патентовласникові. Вона містить ім'я патентовласника (найменування фірми) і автора, найменування технічного вирішення, що є об'єктом патенту, та інші відомості, які визначають характер і обсяг виключного права. В **патентному описі** наводиться характеристика технічного вирішення. Обсяг інформації у патентному описі має бути достатнім для того, щоб практично застосовувати об'єкт патенту.

Патентовласник може заборонити будь-якій особі використовувати об'єкт патенту без спеціального дозволу. Виключне право, яке випливає з патенту, існує лише на території тієї країни, що видала патент і не може виходити за межі кордонів.

Правова основа винаходів і промислових зразків здійснюється на основі його державної реєстрації.

Авторське право являє собою систему правових норм, що визначають виключне право авторів наукових,

літературних та художніх творів на використання плодів своєї праці.

Реалізувати право власності на нематеріальні ресурси може або сам їхній власник, або довірена особа чи підприємство.

До об'єктів, що охороняються авторським правом, належать як оприлюднені, так і неоприлюднені твори в галузі науки, літератури і мистецтва незалежно від їхнього призначення, жанру, достоїнства, обсягу, мети (освіта, інформація, пропаганда, розваги тощо), котрі існують у таких об'єктивних формах:

- письмовій (рукопис, машинопис, нотний запис тощо);
- усній (оприлюднені виступи, лекції, промови, проповіді тощо);
- образотворчій (ілюстрації, картини, схеми, кіно-, відео-, фотокадри тощо);
- об'ємно-просторовій (скульптури, моделі, архітектурні форми тощо);
- в інших формах.

Авторське право не поширюється на:

- 1) офіційні документи (закони, укази, постанови, судові рішення, інструкції тощо);
- 2) державні символи та знаки (прапори, герби, ордени, грошові знаки);
- 3) твори народної творчості;
- 4) повідомлення про новини дня, поточні події, що мають характер звичайної прес-інформації;
- 5) ідеї, процедури, процеси, концепції, винаходи, корисні моделі, промислові зразки, знаки для товарів і послуг, раціоналізаторські пропозиції;
- 6) твори, термін дії авторського права на які закінчився.

Реалізація права власності на нематеріальні ресурси можлива або шляхом їх використання самим власником, або з його дозволу наданням такого права іншій зацікавленій стороні. Така передача права використання здійснюється у формі *ліцензійної угоди*.

Ліцензією називається дозвіл використовувати технічне досягнення або інший нематеріальний ресурс протягом певного строку за обумовлену винагороду. *Ліцензійна угода* – це такий договір, у відповідності з яким власник винаходу, промислового зразка, корисної моделі, товарного знаку, комерційної тайни (ліцензіар) передає іншій стороні (ліцензіату) ліцензію на використання в певних межах своїх прав на патенти, ноу-хау, товарні знаки тощо. Він передбачає, що користувач (ліцензіат) буде використовувати об'єкти промислової або інтелектуальної власності впродовж зазначеного в ліцензії терміну і сплачуватиме винагороду власникові (ліцензіару).

Така винагорода може сплачуватись у вигляді встановлених певних ставок до обсягу чистих продажів, собівартості виробництва, до вартості одиниці ліцензійної продукції (роялті) або як разова за весь період користування (пашуальна виплата). Фактично *пашуальна виплата* є платою за ліцензію.

Специфіка нематеріальних активів обумовлює особливості їх оцінки та обліку. В міжнародній практиці існує кілька методів оцінки нематеріальних активів фірми : за собівартістю; за покупною вартістю; за ринковою вартістю.

В зв'язку з затвердженням Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи», схвалене Методологічною радою з бухгалтерського обліку при Міністерстві фінансів України, починаючи з 2000р. поняття «нематеріальні активи» дещо змінилось та визначається таким чином: «Нематеріальний актив – немонетарний актив, який не має матеріальної форми, може бути ідентифікований (відокремлений від підприємства) та утримується підприємством з метою використання протягом періоду більше одного року (або одного операційного циклу, якщо він перевищує один рік) для виробництва, торгівлі, в адміністративних цілях чи надання в оренду іншим особам».

Вартість нематеріального активу, створеного підприємством, включає прямі витрати на оплату праці,

прямі матеріальні витрати, інші витрати, безпосередньо пов'язані із створенням цього нематеріального активу та приведенням його до стану придатності для використання за призначенням (оплата реєстрації юридичного права, амортизація патентів, ліцензій тощо). Всі витрати, що пов'язані зі створенням нематеріальних активів, окремо за їх видами, збираються на окремому субрахунку бухгалтерського обліку, де і відбивається його собівартість.

Вартість нематеріальних активів може збільшуватись на суму витрат, пов'язаних із удосконаленням цих нематеріальних активів і підвищенням їх можливостей та строку використання, які сприятимуть збільшенню первісно очікуваних майбутніх економічних вигод.

Якщо нематеріальні активи купують в процесі діяльності підприємства, то вони оцінюються за їх покупною вартістю.

Якщо підприємство приймає рішення продати будь-які свої нематеріальні активи або вкласти їх в статутний фонд іншого підприємства, виникає потреба провести оцінку їх ринкової вартості. Для цього у кожному конкретному випадку застосовується спеціальна методика.

На нематеріальні активи нараховується **знос (амортизація)**. Нарахування амортизації нематеріальних активів здійснюється протягом строку їх корисного використання, який встановлюється підприємством при визнанні цього об'єкта активом (при зарахуванні на баланс), але не більше 20 років.

При визначенні строку корисного використання об'єкта нематеріальних активів слід ураховувати:

- строки корисного використання подібних активів;
- моральний знос, що передбачається;

- правові або інші подібні обмеження щодо строків його використання та інші фактори. Якщо такі умови визначити неможливо, то амортизація нараховується із застосуванням прямолінійного методу.

Підприємство може здійснювати переоцінку за справедливою вартістю на дату балансу тих нематеріальних активів, щодо яких існує активний ринок. У разі переоцінки окремого об'єкта нематеріального активу слід переоцінювати всі інші активи групи, до якої належить цей нематеріальний актив (крім тих, щодо яких не існує активного ринку).

Переоцінена первісна вартість та *знос* об'єкта нематеріального активу визначаються як добуток відповідно первісної вартості або зносу та індексу переоцінки. *Індекс переоцінки* визначається діленням справедливої вартості об'єкта, який переоцінюється, на його залишкову вартість.

Переоцінка об'єктів нематеріальних активів впливає на додатковий капітал або витрати, в залежності від дооцінки чи уцінки.

Нематеріальний актив списується з балансу в разі його вибуття або внаслідок продажу, безоплатної передачі або неможливості отримання підприємством надалі економічних вигод від його використання.

Списання нематеріальних активів оформлюється актом на списання.



ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Значення нематеріальних ресурсів.
2. Поняття та види нематеріальних ресурсів.
3. Характеристика об'єктів промислової власності.
4. Особливості об'єктів, що охороняються авторським правом і суміжними правами.
5. Сутність і класифікація нематеріальних активів.
6. Визначення і оцінювання нематеріальних активів.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Особливості використання нематеріальних ресурсів на підприємстві.
2. Нетрадиційні об'єкти інтелектуальної власності.
3. Правовий захист об'єктів інтелектуальної власності на Україні.
4. Комерційна таємниця.
5. Особливості механізму нарахування амортизації нематеріальних активів.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Нематеріальні ресурси – це:
 - а) частина потенціалу підприємства, здатна приносити економічну вигоду протягом тривалого часу, для якої характерні відсутність матеріальної основи та невизначеність розмірів майбутніх прибутків від її використання;
 - б) потенціал підприємства, який здатен приносити чітко визначену економічну вигоду протягом деякого часу;
 - в) частина потенціалу підприємства, для якої характерні наявність матеріальної основи та визначеність розмірів майбутніх прибутків від її використання;
 - г) потенціалу підприємства, для якої характерні визначеність розмірів майбутніх прибутків від її використання.
2. Основними характерними ознаками нематеріальних ресурсів є:
 - а) всі відповіді вірні;
 - б) високий рівень невизначеності щодо розміру можливого прибутку;
 - в) відсутність матеріально-речової структури;
 - г) використання протягом тривалого часу; здатність приносити підприємству економічну вигоду.
3. Об'єктом промислової власності є:

- а) результат науково-технічної творчості, які можуть бути використані для задоволення потреб людей;
- б) результат інтелектуальної, творчої діяльності або на інший об'єкт права інтелектуальної власності;
- в) засоби індивідуалізації виробників, товарів, послуг, які прирівняні до результатів творчої діяльності;
- г) поняття, яке охоплює авторське право та інші права на продукти інтелектуальної діяльності.

4. Винахід – це результат:

- а) творчої діяльності людини у галузі художнього конструювання, який визначає його зовнішній вигляд;
- б) творчої діяльності людини в будь-якій сфері технології, що характеризується істотною новизною та забезпечує позитивний ефект;
- в) інтелектуальної діяльності людини, об'єктом якої є нова модель за виглядом, формою, розміщенням частин або побудовою;
- г) вірна відповідь відсутня.

5. Інтелектуальна власність це:

- а) поняття, яке охоплює авторське право та інші права на продукти інтелектуальної діяльності;
- б) результат інтелектуальної, творчої діяльності або на інший об'єкт права інтелектуальної власності;
- в) результат науково-технічної творчості, які можуть бути використані для задоволення потреб людей;
- г) встановлення невідомих раніше, але об'єктивно наявних закономірностей, властивостей та явищ матеріального світу.

6. Програмне забезпечення – це:

- а) сукупність систематизованих відомостей, що відносяться до певної галузі знань та можуть бути прочитані ЕОМ;
- б) сукупність однієї або більше програм або мікропрограм у будь-якому істотному вигляді;
- в) встановлення невідомих раніше, але об'єктивно наявних закономірностей, властивостей та явищ матеріального

світу, які вносять докорінні зміни у рівень наукового пізнання;

г) набір інструкцій у вигляді слів, цифр, кодів, схем, символів чи у будь-якому іншому вигляді, виражених у формі, придатній для зчитування комп'ютером.

7. База даних – це:

а) сукупність систематизованих відомостей, що відносяться до певної галузі знань та можуть бути прочитані ЕОМ;

б) сукупність однієї або більше програм або мікропрограм у будь-якому істотному вигляді;

в) встановлення невідомих раніше, але об'єктивно наявних закономірностей, властивостей та явищ матеріального світу, які вносять докорінні зміни у рівень наукового пізнання;

г) набір інструкцій у вигляді слів, цифр, кодів, схем, символів чи у будь-якому іншому вигляді, виражених у формі, придатній для зчитування комп'ютером.

8. Наукове відкриття – це:

а) встановлення невідомих раніше, але об'єктивно наявних закономірностей, властивостей та явищ матеріального світу, які вносять докорінні зміни у рівень наукового пізнання;

б) досвід підприємства в науково-технічній, виробничій, управлінській, комерційній, фінансовій та інших сферах діяльності;

в) сукупність систематизованих відомостей, що відносяться до певної галузі знань та можуть бути прочитані ЕОМ;

г) сукупність однієї або більше програм або мікропрограм у будь-якому істотному вигляді.

9. Досвід підприємства в науково-технічній, виробничій, управлінській, комерційній, фінансовій та інших сферах діяльності, які можуть бути практично використані в наукових дослідженнях і розробках або в процесі виготовлення та реалізації продукції – це:

а) «ноу-хау»;

б) раціоналізаторська пропозиція;

- в) наукове відкриття;
 - г) база даних.
10. Нематеріальний актив, вартість якого визначається як різниця між балансовою вартістю активів підприємства та його звичайною вартістю, що виникає внаслідок використання кращих управлінських якостей, домінуючої позиції на ринку товарів (робіт, послуг), нових технологій тощо – це:
- а) гудвіл;
 - б) «ноу-хау»;
 - в) патент;
 - г) сертифікат.
11. Пропозиція, що є новою та корисною для підприємства та передбачає створення і зміну конструкції виробів, технології виробництва та техніки, що застосовується, або складу матеріалу – це:
- а) раціоналізаторська пропозиція;
 - б) наукова пропозиція;
 - в) наукове відкриття;
 - г) «ноу-хау».
12. Нарахування амортизації нематеріальних активів здійснюється протягом:
- а) строку корисного використання, який установлюється підприємством при визнанні цього об'єкта активом;
 - б) нормативного строку використання;
 - в) строку технічного використання;
 - г) всього періоду використання.
13. Виданий державним органом охоронний документ, який підтверджує право його власника на відповідний об'єкт промислової власності:
- а) патент;
 - б) свідоцтво;
 - в) ліцензія;
 - г) торгівельна марка.

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

- 15.1 Сутність, класифікація та структура основного капіталу.
15.2 Види вартості основного капіталу.
15.3 Спрацювання необоротних активів та форми його усунення.
15.4 Амортизація основного капіталу.
15.5 Система показників ефективності відтворення та використання основного капіталу підприємства.

Ключові терміни

- *основний капітал*
- *класифікація основного капіталу*
- *необоротні активи*
- *методи оцінки основних фондів*
- *зношення і відтворення основних фондів*
- *амортизація основного капіталу*
- *показники ефективності використання основного капіталу*

15.1 Сутність, класифікація та структура основного капіталу

Для здійснення процесу виробництва потрібно поєднання основних видів економічних ресурсів: праці, капіталу і матеріальних ресурсів. Це обмежені ресурси, від яких залежить рівень витрат і цін на готову продукцію, результативність роботи підприємства.

Капітал – це виробничий ресурс тривалого користування, що бере участь у виробництві протягом багатьох років з моменту придбання або будівництва.

В процесі обороту види капіталу різняться своєю інтенсивністю руху. Одна частина капіталу у вигляді предметів праці, інша – засобів праці.

Предмети праці – використовуються в процесі виробництва продукції в продовж одного виробничого циклу (сировина, енергія тощо).

Засоби праці – використовуються в процесі виробництва продукції протягом багатьох виробничих циклів (будівлі, устаткування тощо).

Сукупність предметів праці та засобів праці являє собою засоби виробництва.

Засоби виробництва – це сукупність всіх елементів, що беруть участь у процесі виготовлення продукції.

Крім того, в процесі виробництва продукції власник підприємства авансує (вкладає) капітал у засоби виробництва та трудові ресурси. **Авансований капітал** – це грошова сума, яка вкладається власником у певне підприємство з метою одержання прибутку.

Залежно від об'єкта вкладання авансованих коштів капітал може бути *постійним та змінним*.

В свою чергу, постійний капітал поділяють на основний та оборотний.

Оборотний капітал характеризує частину капіталу, що авансується в сировину і робочу силу (предмети праці) використовується тільки в одному виробничому циклі і повертається на підприємство за один оборот.

Основний капітал – це грошова оцінка майна, використовуваного в якості засобу виробництва, що діє протягом тривалого часу і зберігає свою натуральну форму. Основні активи становлять виробничу основу підприємства, а саме будівлі, споруди, машини, обладнання тощо.

Іноді коли використовують термін основний капітал порівнюють його з поняттям необоротні активи.

Необоротні активи – це матеріальні і нематеріальні ресурси, що належать підприємству та забезпечують його функціонування, а термін корисної експлуатації, як очікується, становить більше одного року. Конкретними формами основного капіталу (необоротних активів) на підприємстві є основні засоби, нематеріальні активи та фінансові інвестиції (рис. 15.1).



Рис. 15.1 Склад основного капіталу(необоротних активів)

Зустрічаються два терміни, що характеризують основний капітал, «основні засоби» і «основні фонди». Вони виражають одну й ту ж економічну категорію.

Основні фонди в грошовому вираженні є кошти. В законодавчих документах на даний час використовуються поняття «основні засоби».

Основні засоби – це матеріальні ресурси, які підприємство утримує з метою використання в процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних та соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких становить більше одного року.

Відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку елементи обліку зазначених активів є основні засоби та інші необоротні матеріальні активи (рис. 15.1).

У складі основних засобів крім «капітальних витрат на поліпшення земель», усі інші елементи належать до категорії «основні фонди».

Основні фонди – це частина засобів виробництва, що зберігають свою натуральну форму, беруть участь у багатьох виробничих циклах і свою вартість переносять на вартість готової продукції частинами в міру спрацювання.

Предмети праці, як частина засобів виробництва, беруть участь і повністю споживаються лише в одному виробничому процесі і формують при цьому *оборотні фонди підприємства*.

Оборотні фонди – це частина виробничих фондів підприємства, що повністю споживається протягом одного виробничого циклу, змінюючи свою натуральну форму, розміри і властивості, і переносить свою вартість на вартість виготовленої продукції відразу в повному обсязі.

До оборотних фондів підприємства належать запаси сировини, матеріалів, напівфабрикатів, палива тощо. Під час виготовлення продукції вони беруть участь і повністю споживаються в одному виробничому процесі, змінюють свою форму та властивості, а їхня вартість відразу повністю включається до вартості виготовленої продукції, виконаних робіт, наданих послуг.

Сукупність основних та оборотних фондів підприємства становить його *виробничі фонди*.

Для правильного обліку, ефективного використання та планування відтворення основних фондів важливе значення має їх класифікація.

1. *За функціональним призначенням* розрізняють:

1) *основні фонди виробничого призначення* – ті основні фонди підприємства, які беруть участь у виробничому процесі або сприяють його здійсненню (наприклад, обладнання, транспортні засоби, будівля виробничого цеху та інші);

2) *основні фонди невиробничого призначення* – ті основні фонди підприємства, які не беруть участі у виробничому процесі та призначені в основному для задоволення побутових, комунальних і соціально-культурних потреб працівників (гуртожитки, їдальні, медичні пункти тощо).

У загальній структурі основних фондів підприємства більш як 90% становлять основні фонди виробничого призначення.

2. *За характером участі у виробничому процесі* основні фонди виробничого призначення поділяють на:

1) *активну частину*, до якої належать ті основні виробничі фонди, що безпосередньо беруть участь у виробничому процесі. Наприклад, обладнання, машини, транспортні засоби;

2) *пасивну частину*, що включає ті основні виробничі фонди, які забезпечують здійснення виробничої діяльності, але не беруть у ній безпосередньої участі. Так, до неї належать будівлі, споруди, передавальні пристрої тощо.

Збільшення частки активної частини основних фондів надає можливості підприємству нарощувати обсяги виробництва.

3. *За видами* основні фонди підприємств усіх галузей господарства класифікуються наступним чином:

1) *будівлі* – виробничі корпуси та будинки, в яких розміщені різні цехи, лабораторії, склади, адміністративно-господарські підрозділи та служби;

2) *споруди* – ця група основних фондів створює умови, необхідні для виробництва шляхом виконання тих чи інших

функцій, не пов'язаних зі зміною предметів праці (шахти, нафтові та газові свердловини, водонапірні башти, мости, естакади, під'їзні дороги тощо);

3) *передавальні пристрої* – лінії електропередачі, тепломережі, трубопроводи для передачі між об'єктами води, пари, газу, повітря, кислоти тощо;

4) *машини та обладнання*, їх поділяють на:

а) *робочі машини та обладнання* – машини, апарати, обладнання, за допомогою яких здійснюється механічний, термічний або хімічний вплив на предмети праці з метою зміни їх складу, форми та стану. До цієї самої групи засобів належать також машини й обладнання, призначені для пересування предметів праці під час виробничого процесу (мостові та металургійні крани, конвеєри);

б) *силові машини та обладнання* – машини-генератори, що виробляють теплову та електричну енергію, машини-двигуни, що перетворюють різного роду енергію на механічну (атомні реактори, турбіни, електродвигуни, парові двигуни тощо);

в) *вимірювальні, регулювальні прилади, пристосування та лабораторне обладнання* – прилади та пристрої, що призначені для вимірювання товщини, діаметра, площі, ваги, часу, тиску, швидкості, частоти обертання, потужності, напруження тощо, а також прилади для випробування матеріалів, виконання експериментів, аналізів та досліджень;

г) *обчислювальна техніка* – електронно-обчислювальні, управляючі, аналогові та інші машини, прилади, які призначені для прискорення та автоматизації процесів, пов'язаних з вирішенням математичних завдань (обчислювальних, логічних) за заданою програмою й отриманням необхідної інформації;

д) *інші машини та обладнання*, що не входять до вказаних підгруп (обладнання автоматичних телефонних станцій, установки промислового телебачення тощо);

5) *транспортні засоби* – рухомий склад залізничного, автомобільного та інших видів транспорту для

транспортування пасажирів, матеріалів, напівфабрикатів, готових виробів (електровози, морські та річкові судна, автомобілі, магістральні газо- та нафтопроводи);

6) *інструмент* – різні інструменти, призначені для обробки сировини, матеріалів, напівфабрикатів (електродрилі, фарбопульти тощо), різні пристосування для пересування матеріалів під час їх обробки;

7) *виробничий інвентар та прилади* – предмети виробничого призначення, які забезпечують виконання виробничих операцій (робочі столи, верстаки тощо), а також засоби для зберігання у виробничих приміщеннях рідин, сипучих матеріалів (чани, бочки тощо);

8) *господарський інвентар* – конторський та господарський інвентар (канцелярські столи, друкувальні машинки, оргтехніка тощо);

9) *робочі та продуктивні тварини* (коні, воли тощо);

10) *багаторічні насадження* – плодово-ягідні, декоративні та інші насадження;

11) *капітальні витрати з поліпшення земель* – витрати підприємства на меліорацію та зрошення земель;

12) *інші основні виробничі фонди* – бібліотечні фонди, капітальні витрати на орендовані основні засоби та інші, які не ввійшли до попередніх груп.

4. *За використанням* основні фонди поділяють на:

1) *діючі* – всі основні фонди, що використовуються у господарській діяльності;

2) *недіючі* – ті основні фонди, що не використовуються у даний період часу у зв'язку з тимчасовою консервацією підприємств або окремих цехів;

3) *запасні* – різне устаткування, яке знаходиться у резерві та призначене для заміни об'єктів основних фондів, що вибули або ремонтуються.

5. *За належністю* основні фонди підприємства поділяють на:

1) *власні*, які повністю належать підприємству;

2) *орендовані*, які є власністю інших підприємств і

використовуються на даному підприємстві відповідно до договору оренди.

Для аналізу якісного стану основних фондів на підприємстві визначають їх структуру. Розрізняють наступні види структур:

- *Виробнича (видова) структура* – співвідношення різних груп основних виробничих фондів по матеріально-натуральному складу та їх доля в загальній середньорічній вартості. Найважливішим показником виробничої структури основних виробничих фондів є частка активної частини в їхній загальній вартості. При порівнянні різних виробництв, та різних підприємств найбільш раціональна структура буде там, де вище активна частина основних виробничих фондів. Для удосконалення структури виробничих фондів необхідно збільшувати обсяг активної частини за рахунок пасивної.

Виробнича структура на підприємстві залежить від факторів: особливості галузевої приналежності, форм організації виробництва, розміщення підприємства, технічного рівня виробництва, характеру та обсягу продукції, що випускається, форм відтворення основних фондів.

- *Технологічна структура* – характеризує розподіл основних фондів по структурних підрозділах в процентному вираженні від їхньої загальної вартості.

- *Вікова структура* – характеризує їх розподіл по вікових групах (до 5 років, від 5 до 10 років, т.д.).

Резервами поліпшення структури основних виробничих фондів є відновлення і модернізація устаткування, удосконалення структури за рахунок збільшення прогресивних видів верстатів, краще використання будинків, споруджень, установка додаткового обладнання, ліквідація зайвого та маловикористованого устаткування.

Джерела формування основного фонду капіталу підприємства формуються, згідно з Законом України «Про підприємства» за рахунок:

- грошових та матеріальних внесків засновників;
- доходів, одержаних від реалізації продукції, а також

від інших видів господарської діяльності;

- доходів від цінних паперів;
- кредитів банків та інших кредиторів;
- капітальних вкладень і дотацій з бюджетів;
- надходжень від роздержавлення і приватизації власності;
- придбання майна іншого підприємства, організації;
- безоплатних або благодійних внесків, пожертвувань організацій, підприємств і громадян;
- інших джерел, не заборонені законодавчими актами України.

15.2 Види вартості основного капіталу

Оцінка та облік засобів праці здійснюється в натуральній та вартісній формах.

Натуральна оцінка основних фондів, наприклад, наявні одиниці, одиниці потужності або продуктивності, одиниці, що характеризують розмір основних фондів, необхідна для обліку і планування окремих груп основних фондів, розрахунку виробничих потужностей, складання балансів обладнання і визначення ступеня його використання.

Грошова (вартісна) оцінка основних фондів необхідна для розв'язання наступних завдань:

- визначення загального обсягу, динаміки та структури основних фондів;
- оцінки розміру вартості, що переноситься на вартість готової продукції;
- визначення зміни розміру основних фондів в окремих галузях і підприємствах за певний період.

Оцінка основних фондів підприємства – це грошове вираження їхньої вартості.

Використовують наступні *види вартісної оцінки* основних виробничих фондів:

1. *Оцінка за первинною вартістю* – використовується для розрахунку амортизаційних відрахувань.

Первісна вартість – це фактична вартість основних фондів на момент їх введення в дію, включає крім оптової ціни витрати на транспортування та установку за цінами того року, в якому ці витрати були понесені.

Згідно з Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку «Первісна вартість основних фондів» до первісної вартості включають:

- вартість підготовки майданчиків;
- вартість доставки та розвантаження;
- фактична ціна придбання основних фондів;
- платежі, що здійснюються у зв'язку з придбанням прав на об'єкти основних фондів;
- суми ввізного мита;
- суми непрямих податків у зв'язку з придбанням (отриманням) прав на об'єкти основних фондів;
- витрати зі страхування ризиків доставки основних фондів;
- витрати на встановлення, монтаж, налагодження основних фондів;
- інші витрати, безпосередньо пов'язані з доведенням основних фондів до стану, в якому вони придатні для використання із запланованою метою.

Вона визначається за формулою:

$$OF_{пер} = V_{пр} + V_{тр} + V_{монт} + V_{інш}, \quad (15.1)$$

де $OF_{пер}$ – первісна вартість основних засобів, грн.

$V_{пр}$ – витрати на придбання об'єкту основних засобів, грн.

$V_{тр}$ – витрати, пов'язані з транспортуванням, грн.

$V_{монт}$ – витрати, пов'язані з монтажем, грн.

$V_{інш}$ – інші витрати, пов'язані з доведенням основних фондів до придатного стану, грн.

2. *Оцінка за відновною вартістю* – використовується при купівлі/продажу раніше придбаних основних фондів та при оцінці реальної вартості для проведення інвентаризації.

Відновна вартість основних фондів – це вартість їхнього відтворення за сучасних умов виробництва. Вона враховує ті самі витрати, що й первісна вартість, але за нинішніми цінами. Тобто сума коштів, яку необхідно було б витратити на придбання (або створення) такого самого засобу праці на дату складання звітності.

За допомогою відновленої вартості підприємства мають можливість об'єктивно оцінити справжню вартість основних засобів, точно визначити витрати на виробництво продукції, розмір амортизаційних відрахувань для подальшого відтворення.

3. *Оцінка за залишковою вартістю* – характеризує реальну вартість та частину вартості основних засобів, яка ще не перенесена на готову продукцію.

Визначається як різниця між балансовою вартістю та сумою зносу перенесеної в процесі виробництва:

$$OF_{зал} = OF_{пер} - \frac{OF_{пер} \cdot Ha \cdot Tk}{100}; \quad (15.2)$$

де $OF_{зал}$ – залишкова вартість основних засобів, грн.

Ha – норма амортизації, %

Tk – нормативний термін корисного використання основних фондів.

Величина залишкової вартості зменшується по мірі збільшення терміну служби. На балансі підприємства основні засоби відображаються за їхньою залишковою вартістю.

4. *Оцінка за ліквідаційною вартістю* – це залишкова вартість основних фондів на час їхнього вибуття, тобто сума коштів, яку підприємство очікує отримати від реалізації після закінчення терміну корисного використання. Вона визначається за формулою:

$$OF_{л} = OF_{рц} - OF_{зал}; \quad (15.3)$$

де *ОФл* – ліквідаційна вартість основних фондів;

ОФрц – ринкова ціна об'єкта основних засобів, грн.

Балансова вартість – це сума, за якою об'єкт основних фондів включається до балансу після вирахування суми накопиченої амортизації.

Балансова вартість основних фондів при їхньому введенні в експлуатацію дорівнює первісній вартості. В міру зношення основних засобів їх балансова вартість (залишкова вартість) визначається як різниця між первісною вартістю і сумою зносу.

Балансова вартість групи основних фондів підприємства на початок розрахункового року обчислюється за формулою:

$$БВоф = БВо + Вноф + Вкр + Врек - Ввив - А; \quad (15.4)$$

де *БВо* – балансова вартість групи основних фондів групи на початок розрахункового року, що передував звітному, грн.

Вноф – сума витрат, понесених на придбання основних фондів, грн.

Вкр – витрати на здійснення капітального ремонту, грн.

Врек – витрати на реконструкцію, модернізацію та інших оновлень основних фондів, грн.

Ввив – сума виведених з експлуатації основних фондів протягом року, що передував розрахунковому;

А – сума амортизаційних відрахувань, нарахованих у році, що передував розрахунковому, грн.

Для проведення аналізу використання основних засобів використовують показник середньорічної вартості основних фондів, величина якого характеризує зміну вартості основних фондів протягом року з врахуванням введених та відтворених об'єктів і вирахуванням виведених з експлуатації зношених основних засобів.

Середньорічну вартість основних фондів визначають за формулою:

$$ОФ_{ср} = ОФ_{поч} + ОФ_{вв} \cdot \frac{T_{вв}}{12} - ОФ_{вив} \cdot \frac{T_{вив}}{12}; \quad (15.5)$$

де $ОФ_{поч}$ – вартість основних фондів на початок року, грн.;

$ОФ_{вв}$ – вартість введених протягом року основних фондів, грн.

$T_{вв}$ – кількість місяців до кінця року, протягом яких функціонували введені основні фонди;

$ОФ_{вив}$ – вартість виведення основних фондів протягом року, грн.

$T_{вив}$ – кількість місяців до кінця року з моменту виведення з експлуатації основних фондів.

15.3 Спрацювання необоротних активів та форми його усунення

В процесі виробничого використання основні фонди поступово спрацьовуються (зношуються) і в результаті втрачають свою первісну і споживчу вартість. Економічна сутність зносу полягає у втраті фондами їхньої вартості.

Для отримання об'єктивної оцінки стану основних фондів треба враховувати їх фізичний та моральний знос.

Основні виробничі фонди піддаються фізичному та моральному спрацюванню.

Фізичне спрацювання (зношення) – це втрата основним фондом своїх первісних техніко-експлуатаційних якостей (зниження продуктивності, втрата частини функцій).

Фізичне спрацювання відбувається як під час роботи основних засобів так і при їх бездіяльності. Ступінь фізичного зношення працюючих основних фондів залежить від: первісної якості основних фондів та технічної досконалості, особливостей технологічного процесу,

ступеня їхньої експлуатації; рівня агресивності середовища; рівня кваліфікації обслуговуючого персоналу, тощо.

Бездіяльні основні фонди зношуються по наступним причинам – корозія, короблення і гниття дерев'яної частини тощо.

Розрізняють *фізичне часткове* та *фізичне повне* спрацювання.

Часткове фізичне зношення – споживчі якості основних фондів можна відновити за рахунок ремонту.

Повне зношення – зумовлює необхідність ліквідації спрацьованих фондів та заміни їх новими.

Фізичне зношення основних фондів має дві форми:

- фізичне зношення з врахуванням часу його експлуатації (фізичний знос I форми) визначають за формулою:

$$B1\phi z = O\Phi_{пер} \cdot \frac{T_e}{T_k}; \quad (15.6)$$

де $B1\phi z$ – величина фізичного зношення з врахуванням часу експлуатації, грн.

T_e – кількість років експлуатації об'єкта;

- фізичне зношення основних засобів з врахуванням обсягу виконаних робіт (фізичне зношення II форми) визначається за формулою:

$$B2\phi z = \frac{O\Phi_{пер}}{\frac{T_e \cdot P\phi}{T_k \cdot P_n}}; \quad (15.7)$$

де $B2\phi z$ – величина фізичного зношення з врахуванням обсягу виконаних робіт, грн.

$P\phi$, P_n – фактична і нормативна середньорічна продуктивність об'єкту; шт., кг тощо.

Переглянуті методи визначення величини фізичного зносу не завжди у повному обсязі враховують фактичний

стан об'єкта. Тоді можна використовувати метод розрахунку величини зношування, заснований на технічному стані об'єкта. Цей метод передбачає встановлення рівня зношеності шляхом *експертного обстеження об'єкта*. Отримані результати порівнюються з нормативами спрацювання, які містяться у відповідних таблицях.

Також рівень фізичного спрацювання характеризує *коефіцієнт фізичного зносу основних фондів (Кф.зн)*, який можна обчислити за наступними формулами:

$$Кфз = \frac{A}{Офпер} \text{ або } Кфз = \frac{Вкр}{Офпер} \quad (15.8)$$

де A - сума амортизаційних відрахувань від початку служби (сума зношення), грн.;

$Вкр$ – витрати понесені на капремонт основних фондів від початку служби, грн.

Також *фізичний знос основних фондів у відсотках* можна обчислити за формулою:

$$Кфз = \frac{T_e}{T_k}; \quad (15.9)$$

Моральне спрацювання – це зменшення вартості основних фондів розвитку технічного прогресу та зростання продуктивності праці в галузях, що виробляють засоби праці, а також у результаті створення нових, більш продуктивних та економічно вигідних машин. Розрізняють:

- *моральний знос першої форми* – виникає коли основні фонди з аналогічними споживчими властивостями (продуктивністю, експлуатаційними характеристиками) з'являються на ринку за більш низькою ціною.

Величина зменшення вартості за цією формою оцінюється шляхом порівняння первісної та відновленої вартості основних фондів:

$$В1_{мз} = ОФпер - ОФвідн; \quad (15.10)$$

де $ОФвідн$ – відновлена вартість основних засобів, грн.;

Коефіцієнт морального зношення ($К1_{мз}$) можна визначити за формулою:

$$К1_{мз} = \frac{ОФнев - ОФвідн}{ОФпер}; \quad (15.11)$$

- *моральний знос другої форми* – відбувається тоді, коли за тією самою ціною на ринку з'являються основні фонди з більш високими споживчими властивостями, що в свою чергу призводить до зниження корисності діючих основних засобів.

$$К2_{мз} = \frac{Пн - Пз}{Пн}; \quad (15.12)$$

де $Пн$, $Пз$ – відповідно продуктивність нового та застарілого об'єкта основних засобів, грн.;

Фізичне та моральне старіння можна усунути частково або повністю, застосовуючи різні *форми відтворення*:

1. Просте відтворення – здійснюється через систему планово-попереджувальних ремонтів:

- малий ремонт – змінюються швидкозношувані деталі з терміном служби, що дорівнює міжремонтному періоду, без простою обладнання;
- середній ремонт – проводиться заміна лише зношених частин і поновлення малозношених;
- капітальний ремонт – проводиться повний демонтаж обладнання з заміною всіх зношених деталей та вузлів. Після капітального ремонту технічні параметри обладнання мають наблизитись до початкових;

2. Розширене відтворення здійснюється через:

- нове будівництво – спорудження окремих виробничих об'єктів, що здійснюються на нових майданчиках;

- розширення діючого підприємства – спорудження додатково-виробничих комплексів, нових цехів, або розширення існуючих;
- реконструкція діючого підприємства – повне або часткове переобладнання виробництва, будівництво нових або розширення існуючих допоміжних та обслуговуючих об'єктів;
- технічне переозброєння – передбачає підвищення до сучасних вимог технічного рівня окремих ділянок виробництва за рахунок впровадження нової техніки і технології, механізація і автоматизація виробничих процесів;
- модернізація – оновлення основних засобів з метою повного або частково усунення морального зношення другої форми і підвищення техніко-економічних показників до рівня аналогічного обладнання більш досконалих конструкцій.

15.4 Амортизація основного капіталу

Поступове відшкодування вартості фізично спрацьованих і технічно застарілих основних фондів, здійснюється за допомогою амортизації. *Амортизація* – це процес перенесення вартості основних фондів на вартість новоствореної продукції з метою їхнього повного відновлення.

Для відшкодування вартості зношеної частини основних фондів підприємства відраховують певні суми грошей відповідно до розмірів їхнього зносу (фізичного та морального), які вносять до собівартості новоствореної продукції. Ці відрахування називаються *амортизаційними*.

Амортизаційні кошти надходять підприємству у складі виручки від реалізації готової продукції (робіт, послуг) і накопичуються для подальшого використання як джерела відтворення вартості основних засобів в амортизаційному фонді. Амортизаційний фонд накопичується підприємствами поступово і використовується для вкладень в основні засоби не відразу, а в міру накопичення коштів. Тому якийсь час

кошти амортизаційного фонду є вільними, вони або відкладаються на банківських рахунках, або вкладаються підприємствами в оборотні засоби і засоби обігу.

Амортизаційні відрахування здійснюються за певними нормами. **Норма амортизації** – це встановлений річний (квартальний) відсоток відшкодування вартості зношеної частини основних фондів, вони мають бути економічно обґрунтованими і спрямованими на своєчасне відшкодування основних фондів.

У сучасних умовах господарювання підприємства здійснюють нарахування амортизації згідно із Законом України «Про оподаткування прибутку підприємств» Відповідно до статті 145. Податкового кодексу України нарахування амортизаційних відрахувань відбувається відповідно до класифікації груп основних засобів та інших необоротних активів.

Таблиця 15.1

Класифікація груп основних засобів та інших необоротних активів і мінімально допустимих строків їх амортизації

Групи	Мінімально допустимі строки корисного використання, років
група 1 – земельні ділянки	-
група 2 – капітальні витрати на поліпшення земель, не пов'язані з будівництвом	15
група 3 – будівлі,	20
споруди,	15
передавальні пристрої	10
група 4 – машини та обладнання	5
з них: електронно-обчислювальні машини,	2

Групи	Мінімально допустимі строки корисного використання, років
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	
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 споруди	5
група 13 – природні ресурси	-
група 14 – інвентарна тара	6
група 15 – предмети прокату	5
група 16 – довгострокові біологічні активи	7

При проведенні процесу амортизації використовуються поняття «вартість, що амортизується».

Вартість, яка амортизується – первісна або переоцінена вартість основних фондів за вирахуванням їхньої ліквідаційної вартості.

Сума нарахованої амортизації входить щороку до складу витрат підприємства та відображається у звіті про фінансову діяльність.

Нарахування амортизації основних засобів відбувається за наступними *методами*:

1. Прямолінійний метод.

Річна сума амортизації визначається діленням вартості, яка амортизується, на очікуваний період часу використання об'єкта основних засобів.

При використанні цього методу вартість об'єкта основних засобів списується однаковими частками протягом усього періоду його експлуатації. Це найпоширеніший метод нарахування амортизації основних засобів підприємств і організацій.

$$CA = \frac{O\Phi_{пер} - O\Phi_{л}}{T_k}; \quad (15.13)$$

$$\text{або } CA = (O\Phi_{пер} - O\Phi_{л}) \cdot \frac{Ha}{100}; \quad (15.14)$$

де CA – загальна сума амортизації за період;

Ha – норма амортизації, яка є величиною зворотною до очікуваного строку використання об'єкта у відсотках.

$$Ha = \frac{100}{T_k}; \quad (15.15)$$

Перевагами прямолінійного методу є передусім простота розрахунку амортизації, а також можливість

рівномірного розподілу амортизації в кожному звітному періоді.

Недоліки цього методу полягають у тому, що при його застосуванні не враховується моральний знос об'єкта, а також необхідність збільшення затрат на ремонт в останні роки експлуатації основних засобів порівняно з початком використання.

2. Метод зменшення залишкової вартості.

Річна сума амортизації визначається як добуток залишкової вартості об'єкта на початок звітного року (або первісної вартості на дату початку нарахування амортизації) та річної норми амортизації.

$$CA = OF_{\text{зал}}(OF_{\text{пер}}) \cdot \frac{Ha}{100}; \quad (15.16)$$

При цьому норма амортизації визначається за формулою:

$$Ha = \left(1 - \sqrt[k]{\frac{OF_{\text{л}}}{OF_{\text{пер}}}} \right) \cdot 100; \quad (15.15)$$

Метод зменшення залишкової вартості ґрунтується на тому, що новий об'єкт основних засобів дає велику віддачу на початку терміну експлуатації і тому економічно обґрунтовано нарахування більшої суми амортизації у першому році використання об'єкта і поступове її зменшення надалі. Цей метод слід використовувати у разі, коли передбачається наявність ліквідаційної вартості.

3. Метод прискореного зменшення залишкової вартості.

Річна сума амортизації визначається як добуток залишкової вартості об'єкта на початок звітного періоду (або первісної вартості на дату початку нарахування амортизації) та подвоєної річної норми амортизації.

$$CA = OF_{\text{зал}} \cdot \frac{2Na}{100}; \quad (15.16)$$

Річна норма визначається виходячи із норми амортизації, обчисленої за прямолінійним методом або діленням 100 на кількість років корисного використання (експлуатації) об'єкта основних засобів.

Сума амортизації останнього року при цьому методі визначається як різниця між первісною вартістю та зносом об'єкта на початок останнього року експлуатації і його фактичною ліквідаційною вартістю.

4. Кумулятивний метод (метод суми чисел).

Річна сума амортизації визначається як добуток вартості, що амортизується, та кумулятивного коефіцієнта, який розраховується діленням кількості років, що залишається до кінця очікуваного строку використання об'єкта основних засобів, на суму чисел років його корисного використання.

$$CA = (OF_{\text{пер}} - OF_{\text{л}}) \cdot K_k; \quad (15.17)$$

де K_k – кумулятивний коефіцієнт;

$$K_k = \frac{T_k - T_e}{\sum_1^n T_k}; \quad (15.18)$$

де $\sum_1^n T_k$ - сума чисел років корисного використання об'єкта

основних засобів $(1+2+3+\dots+n)$

5. Виробничий метод.

Місячна (квартальна) сума амортизації визначається як добуток фактичного місячного (квартального) обсягу продукції (робіт, послуг) та виробничої ставки амортизації.

Виробничий метод нарахування амортизації доцільно застосовувати у разі, коли обсяги виконання робіт можуть бути визначені достатньо точно.

$$CA = Of \cdot C_{вир} ; \quad (15.19)$$

де Of – фактичний обсяг продукції;

$C_{вир}$ – виробнича ставка амортизації;

Виробнича ставка амортизації обчислюється діленням вартості, що амортизується, на загальний обсяг продукції (робіт, послуг), який підприємство очікує виробити з використанням об'єкта основних засобів.

$$CA = \frac{Of_{пер} - Of_{л}}{On} ; \quad (15.20)$$

де On – нормативний обсяг продукції.

15.5 Система показників ефективності відтворення та використання основного капіталу підприємства

Для характеристики ефективності основних фондів використовують ряд показників, які можна поділити на два блоки: загальні (узагальнюючі) і часткові (окремі, індивідуальні).

Загальні показники залежать від багатьох техніко-організаційних та економічних факторів і виражають кінцевий результат використання основних фондів.

1. Показники ефективності використання основних фондів:

1. Одним з основних загальних показників, який найпоширеніший у практиці, є *фондовіддача* (Φ_v):

$$\Phi_v = \frac{ВП}{Of_{ср}} ; \quad (15.21)$$

де $ВП$ – обсяг виготовленої продукції у звітному періоді, грн.

Показник фондovіддачі відображає ту кількість продукції, яка виробляється однією гривнею вартості основних виробничих фондів, він показує загальну віддачу від використання кожної гривні, витраченої на основні виробничі фонди.

2. Оберненим до фондovіддачі показником є *фондомісткість* (Φ_m), яка визначається відношенням середньорічної вартості основних фондів до обсягу виготовленої продукції:

$$\Phi_m = \frac{O\Phi_{cp}}{ВП}; \quad (15.22)$$

Цей показник дає можливість визначити вартість основних фондів на одну гривню виробленої продукції і характеризує забезпеченість підприємства основними фондами. За нормальних умов фондovіддача повинна мати тенденцію до збільшення, а фондомісткість – до зменшення.

3. Показником, що характеризує озброєність одного працівника основними виробничими фондами, є показник *фондоозброєності праці* (Φ_{oz}), який визначають шляхом ділення середньорічної вартості основних фондів на середньооблікову чисельність персоналу:

$$\Phi_{oz} = \frac{O\Phi_{cp}}{Ч}; \quad (15.23)$$

де $Ч$ – середньооблікова чисельність персоналу, чол.

4. Показником ефективності використання основних фондів є *рентабельність* (прибутковість) ($Роф$) основних фондів. Цей показник визначається за формулою:

$$Роф = \frac{ЧП}{ОФср} \cdot 100\% ; \quad (15.24)$$

$$Роф = \frac{ВП}{ОФср} \cdot 100\% ; \quad (15.25)$$

де *ЧП* – чистий прибуток за звітний період, грн.;

ВП – валовий прибуток підприємства, грн.

Показник рентабельності основних фондів можна визначити за валовим та чистим прибутком. У першому випадку рентабельність характеризує ефективність використання основних фондів у виробничій діяльності підприємства, у другому – в звичайній та надзвичайній діяльності підприємства в цілому.

II. Показники використання активної частини основних фондів:

1. *Коефіцієнт екстенсивного завантаження* устаткування характеризує рівень його завантаження у часі й визначається співвідношенням часу фактичної роботи устаткування за рік до часу його ймовірної експлуатації:

$$Кекс = \frac{Tф}{Тн} ; \quad (15.26)$$

де *Кекс* – коефіцієнт екстенсивного завантаження;

Tф – час фактичної роботи устаткування (дійсний фонд), год. ;

Tн – час ймовірної експлуатації устаткування (номінальний фонд), год./рік.

2. *Коефіцієнт інтенсивного завантаження* устаткування характеризує рівень завантаження устаткування за продуктивністю та визначається відношенням фактичної продуктивності устаткування, що використовується на підприємстві, до його нормативної продуктивності, тобто технічно-обґрунтованої, прогресивної:

$$K_{int} = \frac{Of}{On} \text{ або } K_{int} = \frac{Tf.nr}{Tn.nr}; \quad (15.27)$$

де K_{int} – коефіцієнт інтенсивного завантаження;

Of – фактичний випуск продукції устаткуванням за одиницю часу у натуральному виразі, шт.;

On – технічно обґрунтований випуск продукції за одиницю часу (цей показник визначається на основі паспортних даних устаткування), шт.;

$Tf.nr$ – фактично витрачений час на виготовлення одиниці продукції, нормо – год.;

$Tn.nr$ – технічно обґрунтована норма часу на одиницю продукції, нормо-год.

3. *Коефіцієнт інтегрального використання* відображає рівень використання устаткування як у часі, так і щодо продуктивності й визначається як добуток коефіцієнтів екстенсивного та інтенсивного завантаження:

$$K_{integr.} = K_{est} \cdot K_{int}; \quad (15.28)$$

III. Показники відтворення основних фондів:

1. *Коефіцієнт вибуття (Квиб)* – характеризує інтенсивність вибуття основних фондів та визначається за формулою:

$$K_{виб} = \frac{Of_{вив}}{Of_{поч.р.}}; \quad (15.29)$$

де $Of_{вив}$ – вартість виведених протягом року фондів;

$Of_{поч.р.}$ – вартість фондів на початку року.

2. Ступінь оновлення основних фондів вимірюють за допомогою *коефіцієнта оновлення*, який відображає частку введених в дію у даному періоді основних фондів:

$$K_{он} = \frac{ОФ_{вв}}{ОФ_{к.р.}} ; \quad (15.30)$$

де $ОФ_{вв}$ – вартість введених протягом року фондів;

$ОФ_{к.р.}$ — вартість основних фондів на кінець періоду.

Позитивною в діяльності підприємства є ситуація, коли вартість введених у дію основних фондів перевищує вартість основних фондів, що вибули з експлуатації.

3. Для цього розраховується *коефіцієнт приросту основних фондів*:

$$K_{пр} = \frac{ОФ_{вв} - ОФ_{вив}}{ОФ_{ср}} ; \quad (15.31)$$

Успішне функціонування основних фондів та виробничих потужностей залежить від того, як саме реалізуються екстенсивні та інтенсивні фактори кращого їх використання.

Екстенсивне поліпшення використання основних фондів і виробничих потужностей означає: по-перше, збільшення часу функціонування основного устаткування і, по-друге, підвищення частки діючого устаткування в складі всього устаткування, наявного на підприємстві.

Основними напрямками збільшення часу функціонування устаткування є: скорочення та ліквідація внутрішньозмінних простоїв шляхом підвищення рівня організації виробництва (повне і своєчасне забезпечення робочих місць інструментами, матеріалами, напівфабрикатами, деталями); підвищення якості ремонтного обслуговування устаткування; скорочення цілодобових простоїв устаткування, підвищення коефіцієнта змінності його роботи.

Важливим напрямом підвищення ефективності використання основних фондів є зменшення кількості недіючого устаткування, виведення з експлуатації зайвого та

швидке залучення у виробництво невстановленого устаткування.

Набагато ширші можливості має *інтенсивне поліпшення використання основних фондів та виробничих потужностей*, яке передбачає підвищення ступеня завантаження устаткування за одиницю часу. Підвищення інтенсивного завантаження устаткування може бути досягнуто шляхом модернізації діючого устаткування, машин та механізмів, встановлення оптимального режиму їхньої роботи.

Досить значними резервами кращого екстенсивного та інтенсивного використання основних фондів і виробничих потужностей є удосконалення структури основних виробничих фондів. Оскільки збільшення випуску продукції досягається тільки в провідних основних цехах, то важливо підвищувати їхню частку в загальному обсязі основних фондів. Збільшення основних фондів допоміжного виробництва веде до зростання фондомісткості продукції, оскільки безпосередньо обсяги продукції воно не збільшує, але й без пропорційно розвинутого допоміжного виробництва основні цехи з повною віддачею не можуть функціонувати. Тому необхідно встановлювати оптимальну виробничу структуру підприємства — важливий напрямок кращого використання основних фондів.

Резервом кращого екстенсивного та інтенсивного використання основних фондів та виробничих потужностей – є швидке освоєння проектних потужностей, введення в дію нових технологічних ліній, агрегатів, устаткування. Практика свідчить, що середній фактичний період освоєння виробничих потужностей становить п'ять-шість і більше років. Разом з тим технічно й економічно обґрунтовані розрахунки підтверджують реальну можливість досягнення проектних показників за один-два роки, залежно від галузі та виду підприємства.

? ! ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Сутність капіталу підприємства.
2. Склад основного капіталу.
3. Класифікація основного капіталу.
4. Структура основних фондів підприємства і фактори, що на неї впливають.
5. Оцінка основних фондів підприємства.
6. Види спрацювання основних фондів.
7. Сутність амортизації основних фондів та сучасні методи її нарахування.
8. Методика визначення суми амортизації за податковим законодавством.
9. Показники використання основних фондів підприємства.
10. Шляхи підвищення ефективності використання основних фондів на підприємстві.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Стан та структура основних фондів на підприємствах.
2. Шляхи усунення фізичного та морального зносу основних фондів.
3. Найпоширеніші методи нарахування амортизаційних відрахувань на підприємствах.
4. Найефективніший метод нарахування амортизаційних відрахувань на підприємствах.
5. Напрямки використання коштів амортизаційного фонду підприємства.
6. Напрями кращого використання основних виробничих фондів підприємства.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Основні фонди – це:

- а) засоби праці, які мають вартість і функціонують у виробництві тривалий час у своїй незмінній споживчій формі, а їх вартість переноситься працею на вартість готової продукції частинами у вигляді амортизаційних відрахувань;
- б) предмети праці, які цілком споживаються в процесі виробничого циклу, змінюють або повністю втрачають свою натуральну форму і переносять всю свою вартість на вартість виробленої продукції;
- в) предмети праці, які цілком або частково споживаються в процесі виробничого циклу, змінюють свою натуральну форму і переносять всю свою вартість на вартість виробленої продукції у вигляді амортизаційних відрахувань;
- г) засоби праці, які цілком споживаються в процесі виробничого циклу, повністю втрачають свою натуральну форму.

2. Оборотні фонди – це:

- а) предмети праці, які цілком споживаються в процесі виробничого циклу, змінюють або повністю втрачають свою натуральну форму і переносять всю свою вартість на вартість виробленої продукції;
- б) засоби праці, які мають вартість і функціонують у виробництві тривалий час у своїй незмінній споживчій формі, а їх вартість переноситься працею на вартість готової продукції частинами у вигляді амортизаційних відрахувань;
- в) предмети праці, які частково споживаються в процесі виробничого циклу, змінюють свою натуральну форму і переносять частково свою вартість на вартість виробленої продукції;

- г) засоби праці, які цілком споживаються в процесі виробничого циклу, повністю втрачають свою натуральну форму.
3. Вікова структура основних фондів характеризується:
- а) співвідношенням різних вікових груп основних фондів у їхній загальній вартості;
 - б) віковим станом основних фондів по галузям;
 - в) співвідношенням питомої ваги основних фондів різних галузей до їхньої загальної вартості;
 - г) відношення вартості окремих груп основних фондів підприємства до загальної їх вартості.
4. Оцінка основних фондів, яка характеризує фактичну вартість основних фондів на момент їх введення в дію – це:
- а) первісна,
 - б) справедлива;
 - в) сучасна;
 - г) відновна.
5. Оцінка основних фондів, яка характеризує реальну їхню вартість і визначається як різниця між балансовою вартістю та сумою зносу перенесеної в процесі виробництва – це:
- а) залишкова,
 - б) відновна,
 - в) ліквідаційна;
 - г) справедлива.
6. Сума, за якою об'єкт основних фондів включається до балансу після вирахування суми накопиченої амортизації називається:
- а) балансовою вартістю;
 - б) сучасною вартістю;
 - в) реальною вартістю;
 - г) ліквідаційною вартістю.
7. Втрата засобом праці своїх первісних техніко – експлуатаційних якостей – це вид зносу:
- а) фізичний;

- б) моральний;
 - в) частковий;
 - г) повний.
8. Зменшення вартості основних фондів під впливом підвищення продуктивності праці в галузях, що виробляють засоби праці, а також у результаті створення нових, більш продуктивних та економічно вигідних машин – це вид зносу:
- а) моральний;
 - б) повний;
 - в) фізичний;
 - г) частковий.
9. Амортизація це:
- а) процес перенесення вартості основних фондів на вартість новоствореної продукції з метою їхнього повного відновлення;
 - б) тимчасовий процес перенесення вартості основних фондів на вартість новоствореної продукції з метою їхнього повного відновлення;
 - в) процес перенесення залишкової вартості основних фондів на вартість новоствореної продукції з метою їхнього повного відновлення;
 - г) перенесення частки первинної вартості основних фондів на вартість новоствореної продукції.
10. Норма амортизації це:
- а) встановлений річний відсоток відшкодування вартості зношеної частини основних фондів, є економічно обґрунтованими і спрямованими на своєчасне відшкодування основних фондів;
 - б) встановлена не змінна квартальна сума відшкодування вартості зношеної частини основних фондів,
 - в) економічно обґрунтовані суми коштів;
 - г) вірна відповідь відсутня.
11. Вартість, яка амортизується визначається різницею між:
- а) балансовою і ліквідаційною вартостями;
 - б) ринковою і ліквідаційною вартостями;

- в) залишкової і ліквідаційної вартостями;
г) первісною та залишковою вартостями.
12. Метод, за яким сума амортизаційних відрахувань визначається діленням вартості, яка амортизується, на очікуваний період часу використання об'єкта основних засобів – це:
- а) прямолінійний;
 - б) кумулятивний;
 - в) зменшення залишкової вартості;
 - г) податковий.
13. Метод, за яким сума амортизаційних відрахувань визначається як добуток залишкової вартості об'єкта на початок звітного року та річної норми амортизації – це:
- а) зменшення залишкової вартості;
 - б) кумулятивний;
 - в) прямолінійний;
 - г) податковий.
14. До показників, які характеризують ефективність використання основних фондів відносять:
- а) фондівіддача, фондомісткість, рентабельність фондів;
 - б) фондомісткість, фондозабезпеченість, фондоозброєність праці, рентабельність фондів;
 - в) фондівіддача, фондомісткість, фондозабезпеченість, рентабельність фондів;
 - г) фондомісткість, фондоозброєність праці, рентабельність фондів.
15. До показників, які характеризують відтворення основних фондів відносять:
- а) коефіцієнт вибуття, коефіцієнт оновлення, коефіцієнт приросту;
 - б) коефіцієнт вибуття, коефіцієнт придатності, коефіцієнт приросту;
 - в) коефіцієнт морального зносу, коефіцієнт фізичного зносу, коефіцієнт приросту;
 - г) коефіцієнт вибуття, коефіцієнт морального зносу, коефіцієнт приросту.

16. Відношенням середньорічної вартості основних фондів до обсягу виробленої продукції визначається:
- а) фондомісткість;
 - б) фондovіддача;
 - в) фондоозброєність;
 - г) рентабельність фондів.
17. Показник, який характеризує інтенсивність вибуття основних фондів називається це:
- а) коефіцієнт вибуття;
 - б) коефіцієнт екстенсивного завантаження;
 - в) коефіцієнт оновлення;
 - г) коефіцієнт інтенсивного завантаження.
18. Показник, який характеризує рівень озброєності праці основними фондами на підприємстві це:
- а) фондоозброєність;
 - б) коефіцієнт озброєності;
 - в) фондомісткість;
 - г) фондозабезпеченість.

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

- 16.1 Сутність і класифікація оборотного капіталу підприємства.
- 16.2 Характеристика структури оборотного капіталу в процесі кругообігу.
- 16.3 Визначення потреби в оборотному капіталі та джерела фінансування.
- 16.4 Оцінка ефективності використання оборотного капіталу та шляхи прискорення його оборотності.

Ключові терміни

- *оборотний капітал*
- *оборотні кошти*
- *оборотні фонди*
- *норматив*
- *джерела фінансування*
- *показники ефективності використання*

16.1 Сутність і класифікація оборотного капіталу підприємства

В процесі виробництва продукції предмети праці споживаються в повному обсязі. Одночасно, деякі кошти підприємства знаходяться в процесі кругообігу. В цілому ці елементи є складовими оборотного капіталу.

Оборотний капітал – це засоби виробництва, що беруть участь тільки в одному виробничому циклі, під час якого переносять цілком свою вартість на вартість виготовленої продукції.

В економічній літературі поряд з поняттям «оборотний капітал» використовують поняття «оборотні кошти».

Оборотні кошти – це кошти підприємства, що авансуються у створення оборотного капіталу (оборотних фондів) та капіталу обігу (фондів обігу). Оборотні кошти на підприємстві забезпечують неперервність виробничого процесу – його кругообіг.

Оборотні фонди в процесі виробництва повністю споживаються, утворюють предмети праці та змінюють свою натуральну форму і фізико-хімічні властивості.

Фонди обігу, в свою чергу, пов'язані з обслуговуванням процесу виробництва товарів, але не беруть участь у створенні вартості продукції.

Склад оборотного капіталу (оборотних коштів) наведена на рис.16.1.

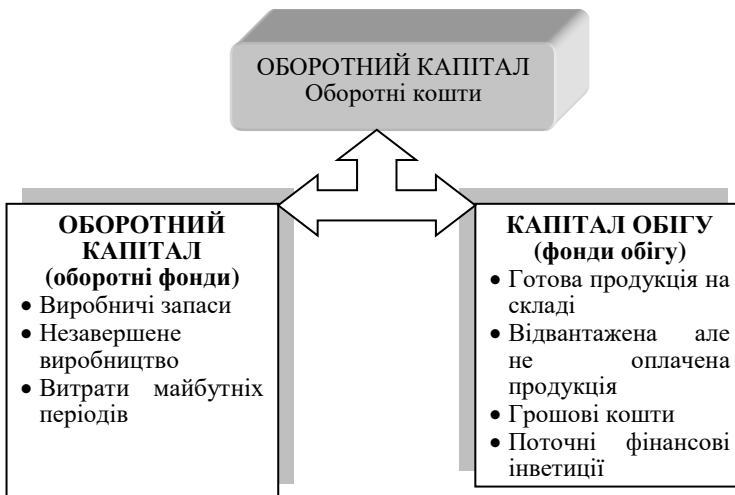


Рис. 16.1 Склад оборотного капіталу

Виробничі запаси складаються з наступних складових:

- матеріальні ресурси, які вже поступили на підприємство, але ще не піддавались обробці або використанню: сировина, основні і допоміжні матеріали, покупні напівфабрикати, комплектуючі вироби, паливо, тара, запасні частини;

- малоцінні та швидкозношувані предмети, які призначені для виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, обслуговування виробництва і адміністративних потреб.

Незавершене виробництво – продукція, яка перебуває на різних стадіях процесу її виготовлення (наприклад, деталі, вузли, вироби, обробка яких незакінчена). Незавершене виробництво на підприємствах, які виконують роботи та надають послуги, складається з витрат на виконання незакінчених робіт (послуг).

Витрати майбутніх періодів – витрати, оплачені в звітному періоді, які належать до наступного облікового періоду (наперед сплачені наперед орендна плата, страховка, рекламні послуги тощо). Ці витрати відрізняються від незавершеного виробництва тим, що, будучи понесеними одночасно або протягом незначного проміжку часу, вони відносяться на собівартість виготовленої продукції не відразу, а поступово.

До фондів обігу відносять:

Готова продукція – продукція, що виготовлена на підприємстві та призначена для продажу і відповідає технічним та якісним характеристикам, передбаченим договором або іншим нормативно – правовим актам, а також та продукція, яка відправлена, але ще не оплачена.

Відвантажена продукція зі складу, але не оплачена покупцями.

Грошові кошти та їх еквіваленти включають як реальні гроші, які перебувають в касі підприємства, на банківських рахунках в національній чи іноземній валюті, в дорозі, так і у формі грошових документів.

Для аналізу та прийняття управлінського рішення важливе значення має класифікація оборотного капіталу.

Існує наступна класифікація оборотних коштів:

1. За елементами оборотні кошти поділяються на:

- запаси,
- дебіторська заборгованість,
- поточні фінансові інвестиції,
- грошові кошти та їх еквіваленти,
- витрати майбутніх періодів та інші

2. За характером участі в операційному циклі:

- оборотні фонди – оборотні засоби, які обслуговують виробничий цикл, до них відносять виробничі запаси, незавершене виробництво, витрати майбутніх періодів.

- фонди обігу – оборотні засоби, що обслуговують фінансовий (грошовий) цикл, до них відносять: готову продукцію, грошові кошти та їх еквіваленти, дебіторська заборгованість.

3. За характером фінансових джерел:

- валові оборотні кошти – характеризують загальний їх обсяг, який сформований за рахунок власних і залучених коштів.

- чисті – оборотні кошти утворені як за рахунок власних коштів підприємства, так і його довгострокових зобов'язань.

- власні – оборотні кошти формуються виключно за рахунок власних коштів підприємства.

Оскільки підприємство не використовує залучені кошти для фінансування оборотного капіталу, то сума чистих і власних оборотних коштів співпадає.

4. За періодом функціонування оборотних коштів:

- постійна частина – представляє собою незмінну частину їх розміру, яка не залежить від сезонних чи інших коливань виробництва і не пов'язана з формуванням виробничих запасів, їх цільовим призначенням.

- змінна частина оборотних засобів – коливається відповідно до сезонних змін обсягу виробництва і реалізації

продукції, необхідністю формування в окремі періоди господарської діяльності запасів сезонного зберігання.

5. За рівнем охоплення нормуванням оборотні засоби:

- нормовані – елементи оборотних засобів, мінімальні запаси яких можуть бути розраховані з достатнім ступенем точності. До нормованих належать виробничі запаси, незавершене виробництво, готова продукція на складі, витрати майбутніх періодів.

- ненормовані – ті елементи оборотних засобів, мінімальні запаси яких буває складно визначити.

16.2 Характеристика структури оборотного капіталу в процесі кругообігу

Стадії кругообігу оборотних коштів забезпечують безперебійну роботу підприємства. Якщо до оборотних коштів входить значна частина елементів, в цьому випадку доцільно визначати їх структуру.

Структура оборотних коштів – це питома вага вартості окремих статей оборотних фондів і фондів обігу в загальній сумі оборотних коштів.

Структура оборотних коштів залежить від складу і структури витрат на виробництво продукції на підприємстві, умов поставок матеріальних ресурсів і цінами на них, умов реалізації продукції та проведення розрахунків.

Вона формується під впливом ряду факторів: виробничий напрям, рівень інтенсивності і ступінь розвитку підприємства. Структура оборотних фондів на підприємствах різних галузей має значні відмінності, зумовлені застосовуваними технологіями і формами організації виробництва.

Оборотний капітал знаходиться у постійному русі, послідовно проходячи всі стадії кругообігу. Його запас на кожній стадії повинен бути таким, щоб забезпечити неперервну роботу підприємства. Загальний обсяг авансованих вкладень в оборотний капітал залежить від

таких факторів: обсягу виробництва продукції; умов матеріально-технічного постачання; умов реалізації і розрахунків; собівартості власних і вартості покупних матеріальних цінностей, що споживаються в процесі виробництва; виробничого напрямку підприємства і рівня розвитку головної галузі.

Забезпеченість підприємства оборотним капіталом визначається за такими показниками:

- *ступінь забезпеченості підприємства оборотним капіталом*, що розраховується як частка від ділення його фактичної наявності на кінець року на сукупний норматив цих засобів;
- *вартісне співвідношення між оборотними й основними фондами*, яке визначається діленням середньорічної вартості оборотних фондів на середньорічну вартість основних виробничих фондів.

Потреба в оборотному капіталі, необхідна для забезпечення ефективного і безупинного функціонування виробництва, істотно залежить від часу знаходження авансованих коштів на кожній стадії кругообігу, що відбувається в такій послідовності (рис. 16.2):

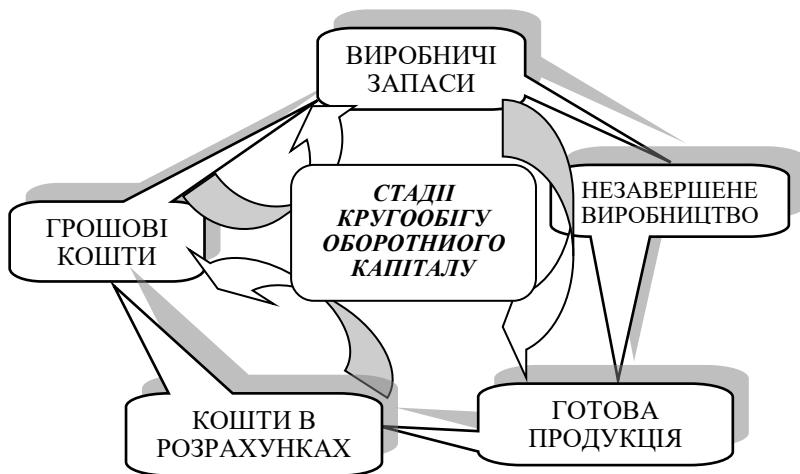


Рис. 16.2 Стадії кругообігу оборотних коштів

Перша стадія – *постачання*, є підготовчою, тут грошові кошти перетворюються на виробничі запаси

Друга стадія – *виробнича*, пов'язана безпосередньо з виробничим процесом. До вартості виробничих запасів додається вартість заробітної плати, відповідні нарахування, амортизаційні відрахування основних фондів. Ця стадія закінчується випуском готової продукції і перетворюються на стадію реалізація.

Третя стадія – *збут(реалізація)*. Здійснюється продаж готової продукції, після чого її вартість перетворюється на грошову і авансовані кошти повертаються у вигляді коштів в розрахунках (виручка від реалізації). Частина призначається для розширення оборотних коштів, а інша – на формування фонду накопичення прибутку.

Та частина, яка направляється на розширення оборотних коштів є початковою стадією нового кругообігу оборотного капіталу.

Час повного кругообігу авансованих елементів оборотного капіталу залежить від часу їх знаходження на

кожній стадії. Таким чином загальна швидкість руху авансованих засобів є прямо пропорційною швидкості їх руху на окремих стадіях. Іншими словами, чим менше часу ці засоби знаходяться на кожній із стадій їх послідовного руху, тим менше часу потрібно для повного кругообігу оборотного капіталу, і навпаки. Затримка авансованих оборотних засобів на певній стадії неминуче призводить до уповільнення кругообігу, порушує послідовність просування коштів і, як наслідок, погіршуються умови відтворення, що негативно позначається на кінцевих результатах виробництва.

16.3 Визначення потреби в оборотному капіталі та джерела фінансування

Недостатність джерел формування оборотних коштів призводить до недофінансування господарської діяльності та до фінансових ускладнень. Наявність зайвих джерел оборотних коштів на підприємстві сприяє створенню наднормативних запасів товарно-матеріальних цінностей, відволіканню оборотних коштів з господарського обороту, зниженню відповідальності за цільове й раціональне використання як власних, так і позичених коштів.

В структурі джерел формування оборотних засобів розрізняють: власні джерела; позикові кошти; додатково залучені кошти.

Власними називаються кошти підприємств, якими вони покривають мінімальні розміри оборотних активів (запасів і витрат), необхідні для забезпечення нормального, безперервного процесу виробництва та реалізації продукції. Вони постійно перебувають на підприємстві і строк користування ними не встановлюється. У цьому разі важливо забезпечити відповідність власних джерел фактичній наявності оборотних активів, оскільки і їх надлишок або нестача негативно впливають на ефективність їх використання і виробництво загалом.

Нині більшості підприємств народного господарства України притаманна нестача оборотних активів, що є однією з основних причин їх збиткової роботи.

Позиковими є кошти, які підприємства отримують у вигляді банківських кредитів з метою створення сезонних запасів матеріальних цінностей та покриття витрат виробництва. Ці кошти надаються підприємствам на певний строк, після завершення якого вони мають бути повернені банку.

Додатково залученими називаються кошти, що не належать підприємству, проте внаслідок діючої системи розрахунків перебувають у його обігу.

Порядок формування джерел створення оборотних активів на підприємствах залежить від форми власності, покладеної в основу функціонування підприємства, специфіки його організаційної побудови та інших факторів.

Джерела формування власних оборотних активів державних підприємств при їх організації визначаються вищою організацією. Як правило, це кошти бюджету, інших однотипних підприємств, централізовані кошти вищих органів управління.

На підприємствах з *колективною формою власності* у момент їх відкриття оборотні активи формуються за рахунок грошових і матеріальних внесків засновників, безповоротних внесків інших підприємств та громадян. У подальшій роботі підприємств їх оборотні активи можуть поповнюватися за рахунок власних фінансових ресурсів (прибутку), залучених, позикових та інших джерел (додаткових внесків підприємств, дотацій з бюджетів, благодійних внесків юридичних та фізичних осіб).

Раціональне формування названих джерел оборотних коштів має значний вплив на процес виробництва, на фінансові результати і фінансовий стан підприємства, сприяє досягненню мети з мінімально необхідними за даних умов оборотними коштами.

Потреба в оборотних засобах, що необхідні підприємству для забезпечення нормальної діяльності, встановлюється нормуванням, яке охоплює дві стадії: розроблення діючих норм оборотних засобів та розрахунків їх щорічних нормативів.

Нормування – це процес обчислення тієї частини оборотних засобів, яка потрібна підприємству для забезпечення нормального, безперервного процесу виробництва, реалізації продукції та розрахунків.

Основним завданням нормування оборотних коштів є розроблення економічно обґрунтованих норм та нормативів власних оборотних засобів, які забезпечують прискорення обігу та найбільш ефективне використання матеріальних і фінансових ресурсів.

При розрахунку нормативу власних оборотних активів необхідно виходити з:

- виробничого напрямку підприємства;
- планів виробництва та реалізації продукції, її собівартості;
- норм витрат і запасів товарно-матеріальних цінностей, що передбачені у планах виробництва та матеріально-технічного забезпечення;
- умов розрахунків із заготівельниками та постачальниками.

Норма – це відносна або мінімальна величина оборотних засобів, що обчислена у встановленому порядку за кожним їх видом, яка необхідна для розрахунку нормативу. За окремими видами оборотних засобів норма розраховується в абсолютних величинах (гривнях), за іншими – у відносних величинах (днях, відсотках). Розроблені норми діють протягом декількох років і переглядаються при зміні технології виробництва, номенклатури продукції, що виробляється, умов матеріально-технічного забезпечення тощо.

Норматив – це мінімальний розмір власних оборотних засобів у грошовому виразі, необхідний підприємству для

забезпечення нормального, безперервного процесу виробництва, реалізації продукції та розрахунків.

Особливістю в обчисленні нормативів оборотних засобів є те, що за окремими їх видами (наприклад, незавершеному виробництві) нормативи встановлюються в обсязі повної потреби підприємства в них, а за іншими (сировиною та основними матеріалами, паливом, запасними частинами, тарою, допоміжними та іншими матеріалами) – у розмірі мінімальної потреби.

Відомі три методи розрахунку нормативів оборотних коштів:

- *аналітичний (дослідно-статистичний)* – передбачає ретельний аналіз наявних товарно-матеріальних цінностей із подальшим коригуванням фактичних запасів та вилученням із них надлишкових.

- *коефіцієнтний* – полягає в уточненні чинних на початок розрахункового періоду нормативів власних оборотних коштів згідно зі змінами в цьому періоді показників виробництва, що впливають на обсяг цих коштів.

- *прямого рахунку* – це науково обґрунтований розрахунок нормативів за кожним нормованим елементом оборотних коштів (виробничими запасами, незавершеним виробництвом, витратами майбутніх періодів, залишками готової продукції).

В умовах досягнутого організаційно-технічного рівня виробництва в практичній діяльності суб'єктів господарювання *метод прямого рахунку є основним*, інші методи розрахунків використовуються здебільшого як допоміжні.

Сукупний норматив оборотних коштів по підприємству являє собою суму нормативів по елементам нормованих оборотних коштів: виробничі запаси; незавершене виробництво; готова продукція; витрати майбутніх періодів.

1. Норматив оборотних коштів у *виробничих запасах* визначається за формулою:

$$НОК = C\partial Ci \cdot НЗi ; \quad (16.1)$$

де *НОК* – норматив оборотних коштів для сировини, матеріалів і покупних напівфабрикатів, грн.;

НЗi – норма і-го запасу, днів

C∂Ci – середньодобове споживання сировини, матеріалів, напівфабрикатів, грн.;

Середньодобове споживання сировини, матеріалів і покупних напівфабрикатів (*C∂Ci*) визначається за кошторисом витрат на виробництво і розраховується за формулою:

$$C\partial Ci = \frac{ЗРП}{365} ; \quad (16.2)$$

де *ЗРП* – загальна річна потреба в даному виді ресурсів, грн.

На підприємстві існує *декілька видів виробничих запасів*:

- *транспортний запас* – той запас, що необхідний для забезпечення безперебійної роботи під час транспортування запасів, не перевищує двох днів. Величина нормативу оборотних коштів, вкладених у транспортний запас (*ТЗ*), визначається на основі фактичних даних за попередній рік:

$$ТЗ = C\partial Ci \cdot Тmp ; \quad (16.3)$$

де *Тmp* – термін транспортування, днів.

- *підготовчий запас* – норматив оборотних коштів, вкладених у підготовчий запас (*ПЗ*), визначається за формулою:

$$ПЗ = C\partial Ci \cdot Тnidг ; \quad (16.4)$$

де $T_{\text{підг}}$ – термін на розвантаження, сортування, складання та прийняття матеріалів на склад, днів.

- *технологічний запас* – створюється на час підготовки виробничих запасів до використання їх у технологічному процесі. Розмір оборотних коштів у ньому визначається таким чином:

$$TЗ = C\partial C_i \cdot T_{\text{техн}} ; \quad (16.5)$$

де $TЗ$ – норматив оборотних коштів, вкладених у технологічний запас, грн.;

$T_{\text{техн}}$ – термін підготовки, днів.

- *поточний запас* – створюється для забезпечення безперебійного процесу виробництва на період часу між окремими поставками виробничих запасів від постачальників. Середній інтервал між поставками визначається шляхом ділення кількості днів у місяці (30) на число визначених договором поставок.

- *резервний (страховий) запас* – створюється для задоволення непередбачених перебоїв із постачанням підприємства виробничими запасами від постачальників.

Норматив оборотних коштів, вкладених у резервний запас ($PЗ$), визначається за формулою:

$$PЗ = C\partial C \cdot T_{\text{рез}} ; \quad (16.6)$$

де $T_{\text{рез}}$ – дні резервного запасу (період зриву поставок).

На підставі норм, обчислених за всіма видами запасів, визначається норматив оборотних коштів для окремих видів, груп і в цілому на сировину, основні матеріали і покупні напівфабрикати.

Розрізняють максимальний виробничий запас, середній і мінімальний.

Максимальний виробничий запас розраховується за формулою:

$$Z_{\max} = C\partial Ci \cdot (T_{\text{тр}} + T_{\text{пост}} + T_{\text{техн}} + T_{\text{рез}}); \quad (16.7)$$

де $T_{\text{пост}}$ – інтервал поставки в днях.

Середній запас визначається за формулою:

$$Z_c = C\partial C \cdot (T_{\text{тр}} + \frac{T_{\text{пост}}}{2} + T_{\text{техн}} + T_{\text{рез}}); \quad (16.8)$$

Мінімальний запас:

$$Z_{\min} = C\partial C \cdot (T_{\text{тр}} + T_{\text{техн}} + T_{\text{рез}}); \quad (16.9)$$

2. Норматив оборотних коштів у незавершеному виробництві ($H_{\text{нзв}}$) розраховується за формулою:

$$H_{\text{нзв}} = \frac{BC}{Dn} \cdot T_{\text{ц}} \cdot K_{\text{нв}}; \quad (16.10)$$

де BC – виробнича собівартість продукції, випущеної за певний період (місяць, квартал, рік), грн.;

$T_{\text{ц}}$ – тривалість виробничого циклу, днів;

Dn – дні відповідного періоду;

$K_{\text{нд}}$ – коефіцієнт наростання витрат.

Вказаний коефіцієнт можна розрахувати ще й за такою формулою:

$$K_{\text{нв}} = \frac{B_n + \frac{B_p}{2}}{B_n + B_p}; \quad (16.11)$$

де B_n – первісні витрати (одноразово зроблені на початку виробничого циклу);

B_p – решта витрат, що були здійснені до закінчення виробництва продукції.

Первісні витрати та решта витрат, що були здійснені при виготовленні продукції, становлять виробничу собівартість.

3. *Норматив оборотних коштів у готовій продукції* визначається як добуток середньоденного випуску продукції (за виробничою собівартістю) на норму запасу готової продукції на складі в днях.

$$H_{гп} = Псд \cdot НЗ ; \quad (16.12)$$

де $H_{гп}$ – норматив залишків готової продукції, грн.;

$Псд$ – середньодобовий випуск продукції, грн.;

$НЗ$ – норма запасу готової продукції на складі, днів.

4. *Норматив оборотних коштів у витратах майбутніх періодів* розраховується виходячи із залишків коштів на початок періоду і суми витрат, які будуть здійснені в плановому періоді за вирахуванням суми майбутнього погашення витрат за рахунок собівартості продукції. Норматив оборотних коштів у витратах майбутніх періодів ($H_{вмп}$) розраховується за формулою:

$$H_{вмп} = Впоч + Впл - Впог.пл; \quad (16.13)$$

де $Впоч$ – залишок витрат на початок планового періоду, грн.;

$Впл$ – витрати, які будуть здійснені у плановому періоді, грн.;

$Впог.пл$ – витрати, які будуть погашені за рахунок собівартості у плановому періоді.

Сукупний нормативі власних оборотних коштів підприємства дорівнює сумі нормативів, розрахованих по окремим елементам.

16.4 Оцінка ефективності використання оборотного капіталу та шляхи прискорення його оборотності

Ефективність використання оборотних коштів на підприємстві характеризується швидкістю їхнього обороту (оборотністю).

Для оцінювання ефективності використання оборотних фондів використовують наступну систему показників.

Коефіцієнт оборотності (кількість оборотів), що розраховується шляхом ділення вартості реалізованої продукції за діючими оптовими цінами за певний період на середній залишок оборотних коштів за той самий період.

Коефіцієнт оборотності показує, скільки оборотів здійснили оборотні кошти за певний період, і розраховується за формулою:

$$Kob = \frac{BPI}{OK}; \quad (16.14)$$

де Kob – коефіцієнт оборотності, оборотів;

BPI – вартість реалізованої продукції, грн. ;

OK – середній залишок оборотних коштів, грн.

Середній залишок оборотних коштів розраховують за формулою середньої хронологічної:

$$OK = \frac{\frac{OK_1}{2} + OK_2 + \dots + OK_{n-1} + \frac{OK_n}{2}}{n-1}; \quad (16.15)$$

де $OK_{1, \dots, n-1}$ – розмір оборотних коштів на початок кожного місяця (кварталу) розрахункового періоду, грн.;

OK_n – величина оборотних коштів на початок першого місяця (кварталу) наступного періоду, грн.;

n – загальна кількість місяців (кварталів).

Розрахунковим періодом, за який визначають обсяг реалізованої продукції та середні залишки оборотних коштів, може бути місяць (30 днів), квартал (90 днів) та рік (360 днів).

Показником, оберненим коефіцієнту оборотності, є **коефіцієнт завантаження оборотних коштів**, який

показує, скільки оборотних коштів припадає на одну грошову одиницю реалізованої продукції за певний період. Розмір цього показника обчислюється за формулою:

$$K_{зав} = \frac{OK}{ВРП}; \quad (16.16)$$

Тривалість одного обороту (швидкість обороту) **оборотних коштів** визначається як співвідношення кількості днів у розрахунковому періоді і коефіцієнта оборотності за той же період:

$$T_{об} = \frac{ДП}{Коб} \text{ або } T_{об} = \frac{ДП \cdot OK}{ВРП}; \quad (16.17)$$

де $T_{об}$ – тривалість одного обороту, днів;

$ДП$ – дні періоду.

Для характеристики економічної ефективності використання оборотних коштів може бути використаний показник **рентабельність (віддачі) оборотних коштів**, який являє собою відношення прибутку від реалізації продукції до середніх залишків оборотних коштів:

$$P_{ок} = \frac{ВП(ЧП)}{OK} \cdot 100\%, \quad (16.18)$$

де $P_{ок}$ – рентабельність оборотних коштів, %;

$ВП(ЧП)$ – валовий (чистий) прибуток, грн.

Для розрахунку рентабельності оборотних коштів можна використовувати різні види прибутку, основні з них – валовий та чистий. Залежно від цього отримуємо і відповідні показники рентабельності оборотних коштів – валову або чисту рентабельність.

Оцінка ефективності використання матеріальних ресурсів здійснюється за системою показників:

- *Матеріаломісткість продукції* – узагальнюючий вартісний показник, який визначається як співвідношення суми матеріальних витрат до вартості виготовленої продукції. Він показує, скільки матеріальних витрат припадає на кожну гривню виготовленої продукції.

- *Матеріаловіддача продукції* – обернений до матеріаломісткості показник, що характеризує вихід продукції з кожної гривні затрачених матеріальних ресурсів і розраховується як співвідношення вартості продукції до суми матеріальних витрат.

- *Питома вага матеріальних витрат у собівартості продукції* обчислюється як відношення матеріальних витрат до собівартості виготовленої продукції. Цей показник відображає не тільки рівень використання матеріальних ресурсів, але й структуру витрат виробництва, тобто чи є воно матеріаломістким.

- *Коефіцієнт використання матеріалів* визначається як відношення суми фактичних матеріальних витрат до величини матеріальних витрат, і нарахованої виходячи з планових калькуляцій і фактичного випуску та асортименту продукції. Він відображає рівень ефективності використання матеріалів, дотримання норм витрачання матеріалів. Якщо коефіцієнт використання більше 1, то це свідчення перевитрат, а якщо менше 1 – економії матеріальних ресурсів.

Ефективне використання оборотних коштів є одним із першочергових завдань підприємства в сучасних умовах і забезпечується це прискоренням їх оборотності на всіх стадіях кругообігу.

На стадії створення виробничих запасів – це раціональне їх використання; ліквідація наднормативних запасів матеріалів; удосконалення нормування; поліпшення організації постачання, у тому числі через установлення чітких договірних умов і забезпечення їх виконання, оптимальний вибір постачальників, налагодження роботи транспорту; поліпшення організації складського

господарства, зокрема впровадження комплексної механізації та автоматизації вантажно-розвантажувальних робіт на складах.

На стадії незавершеного виробництва – впровадження прогресивної техніки та технології, зокрема безвідхідної та маловідхідної; розвиток стандартизації й уніфікації; удосконалення форм організації виробництва; удосконалення системи економічного стимулювання, економічного використання сировинних та паливно-енергетичних ресурсів; удосконалення використання основних фондів, насамперед їх активної частини.

На стадії обігу – це раціональна організація збуту готової продукції, застосування прогресивних форм розрахунків; своєчасне оформлення документації та прискорення її руху; дотримання договірної та платіжної дисципліни.

ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Сутність і склад оборотного капіталу.
2. Класифікація оборотних коштів.
3. Структура оборотного капіталу.
4. Стадії кругообігу оборотних коштів.
5. Джерела формування оборотного капіталу.
6. Механізм визначення нормативів оборотних коштів для окремих їхніх структурних елементів.
7. Основні показники оцінки ефективності використання оборотних коштів.
8. Шляхи підвищення ефективності використання оборотних коштів в сучасних умовах.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Показники та шляхи підвищення ефективності використання матеріальних ресурсів.
2. Сучасна політика ресурсозбереження та ефективність її здійснення.
3. Проблеми та шляхи підвищення ефективності використання оборотних коштів на підприємствах України.
4. Проблеми нестачі оборотних коштів і поповнення їх обсягу за умов кризової економічної ситуації на підприємствах.
5. Зарубіжний досвід нормування оборотних коштів.
6. Сучасні джерела формування оборотних коштів на підприємствах України.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Оборотні кошти – це:
 - а) сукупність коштів, які авансовані в оборотні виробничі фонди і фонди обігу для забезпечення безперервності процесу виробництва, реалізації продукції та отримання прибутку;
 - б) засоби праці, які мають вартість і функціонують у виробництві тривалий час у своїй незмінній споживчій формі;
 - в) предмети праці, які частково споживаються в процесі виробничого циклу, змінюють свою натуральну форму і переносять всю свою вартість на вартість виробленої продукції у вигляді амортизаційних відрахувань;
 - г) кошти, які авансовані в основні виробничі фонди забезпечення безперервності процесу виробництва, реалізації продукції та отримання прибутку.
2. Матеріальні ресурси, які вже поступили на підприємство, але ще не піддавались обробці або використанню, які призначені для виробництва продукції, виконання робіт,

надання послуг, обслуговування виробництва і адміністративних потреб – це:

- а) виробничі запаси;
 - б) готова продукція;
 - в) незавершене виробництво;
 - г) товарна продукція.
3. Продукція, яка перебуває на різних стадіях процесу її виготовлення – це:
- а) незавершене виробництво;
 - б) валова продукція;
 - в) готова продукція;
 - г) виробничі запаси.
4. Реальні гроші, які перебувають в касі підприємства, на банківських рахунках в національній чи іноземній валюті, в дорозі, так і у формі грошових документів – це:
- а) грошові кошти;
 - б) фінансові ресурси;
 - в) готова продукція у вартісному вираженні;
 - г) дебіторська заборгованість.
5. Готову продукцію, грошові кошти та їх еквіваленти відносять до:
- а) фондів обігу;
 - б) оборотних фондів;
 - в) фінансових коштів;
 - г) нормовані оборотні кошти.
6. Виробничі запаси, незавершене виробництво, витрати майбутніх періодів відносять до:
- а) оборотних фондів;
 - б) фондів обігу;
 - в) фінансових коштів;
 - г) ненормовані оборотні кошти.
7. Нормуванню підлягають:
- а) елементи оборотних засобів, мінімальні запаси яких можуть бути розраховані з достатнім ступенем точності;
 - б) ті елементи оборотних засобів, мінімальні запаси яких буває складно визначити;

- в) всі елементи оборотних коштів;
 - г) вірна відповідь відсутня.
8. Не нормованими є:
- а) елементи оборотних засобів, мінімальні запаси яких можуть бути розраховані з достатнім ступенем точності;
 - б) ті елементи оборотних засобів, мінімальні запаси яких буває складно визначити;
 - в) всі елементи оборотних коштів;
 - г) вірна відповідь відсутня.
9. Метод розрахунку нормативу оборотних коштів, який передбачає ретельний аналіз наявних товарно-матеріальних цінностей із подальшим коригуванням фактичних запасів та вилученням із них надлишкових – це:
- а) аналітичний;
 - б) відносний;
 - в) коефіцієнтний;
 - г) прямого розрахунку.
10. Показник ефективності використання оборотних коштів, який розраховується шляхом ділення вартості реалізованої продукції за діючими оптовими цінами за певний період на середній залишок оборотних коштів за той самий період це:
- а) коефіцієнт оборотності;
 - б) коефіцієнт стабільності;
 - в) коефіцієнт ефективності оборотних коштів;
 - г) коефіцієнт завантаження оборотних коштів.
11. Показник ефективності оборотних коштів, який показує, скільки оборотних коштів припадає на одну грошову одиницю реалізованої продукції за певний період – це:
- а) коефіцієнт завантаження оборотних коштів;
 - б) тривалість одного обороту;
 - в) коефіцієнт ефективності оборотних коштів;
 - г) коефіцієнт оборотності.
12. Співвідношення кількості днів у розрахунковому періоді і коефіцієнта оборотності за той же період визначається:

- а) тривалість одного обороту;
- б) коефіцієнт оборотності;
- в) рентабельність оборотних коштів;
- г) ефективність оборотних коштів.

13. Узагальнюючий вартісний показник, який визначається як співвідношення суми матеріальних витрат до вартості виготовленої продукції це:

- а) матеріаломісткість;
- б) матеріаловіддача;
- в) коефіцієнт використання матеріальних ресурсів;
- г) матеріалоозброєність.

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

- 17.1. Сутність, структура та класифікація інвестицій
- 17.2. Джерела формування реальних інвестицій
- 17.3. Методичні підходи до оцінки ефективності реальних інвестицій
- 17.4. Сутність і форми фінансового інвестування
- 17.5. Методичні підходи до оцінки ефективності фінансового інвестування

Ключові терміни

- *інвестиції*
- *інвестування*
- *інвестиційна діяльність*
- *реальні інвестиції*
- *фінансові інвестиції*
- *чистий приведений дохід*
- *рентабельність*

17.1 Сутність, структура та класифікація інвестицій

Будь яка діяльність суб'єктів господарювання значною мірою характеризується обсягами та формами інвестицій.

Термін «інвестиція» походить від німецького слова «investition» яке в свою чергу походить від латинського «invest», що означає «вкладати». Розглянемо сучасне тлумачення категорії інвестиції. Згідно Закону України «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.91р. це поняття має наступне визначення:

Інвестиції – всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та

інших видів діяльності, у результаті якої створюється прибуток або досягається соціальний ефект.

До майнових і інтелектуальних цінностей відносять:

- грошові кошти, цільові банківські вклади, паї, акції та інші цінні папери;

- рухоме і нерухоме майно (будинки, споруди, обладнання та інші матеріальні цінності), майнові права, що впливають і авторські права, досвід та інші інтелектуальні цінності;

- сукупність технічних, технологічних, комерційних та інших знань, оформлених у вигляді технічної документації, виробничого досвіду, необхідних для організації того чи іншого виробництва, але не запатентованих «ноу-хау»;

- права користування землею, водою, ресурсами, будівлями, обладнанням, а також інші майнові права, інші цінності.

Отже, в широкому розумінні інвестиції є вкладенням капіталу з метою його збільшення. При цьому приріст капіталу повинен бути достатнім, щоб компенсувати інвестору відмову від використання коштів на споживання в теперішньому періоді, винагородити його за ризик та відшкодувати збитки від інфляції в майбутньому періоді.

Згідно Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» *інвестиція* – це операція, яка передбачає придбання основних фондів, нематеріальних активів, корпоративних прав та цінних паперів в обмін на кошти або майно.

Під інвестиціями розуміють економічні ресурси, які спрямовуються на збільшення реального капіталу підприємства, тобто на розширення або модернізацію виробничого апарату. Це можуть бути:

- вкладення, пов'язані з придбанням нових машин, будинків, транспортних засобів, а також витати із будівництва доріг, мостів та інших інженерних споруд;

- витрати на обладнання, наукові дослідження;

- витрати та підготовку кадрів, що є інвестиціями в «людський капітал», оскільки саме будинки, і машини, і обладнання виступають результатом людської діяльності.

Розрізняють валові та чисті інвестиції.

Валові інвестиції характеризують загальний обсяг інвестиційних коштів у певному періоді, спрямованих на відтворення (нове будівництво, реконструкцію, розширення, придбання засобів виробництва), приріст товарно-матеріальних запасів, а також на підтримання діючих потужностей.

Чисті інвестиції є вкладенням коштів у виробничі фонди, що заново створюються та виробничий апарат, що відновлюється. Вони дорівнюють сумі валових інвестицій, зменшених на суму амортизаційних відрахувань у певному періоді.

Основним джерелом інвестування є національний доход, за рахунок якого створюється фонд накопичення, який, в свою чергу, умовно поділяється на фонд відшкодування і фонд поновлення. За рахунок цих фондів формуються інвестиційні ресурси.

Джерелом чистих інвестиційних ресурсів є фонд поновлення, за рахунок якого формуються нові виробничі фонди. Вони менші за валові на розмір коштів, які спрямовуються з фонду відшкодування у вигляді амортизаційних відрахувань.

Інвестиції в об'єкти підприємницької діяльності здійснюються в різних формах. В економічній науці і на практиці з метою ведення обліку, аналізу і планування інвестиції класифікуються за окремими ознаками, а саме:

1. За об'єктами вкладених засобів виділяють реальні та фінансові інвестиції:

- *реальні інвестиції*, тобто вкладення коштів у виробничі фонди (основні і оборотні). Переважно це вкладення в матеріальні активи (будівлі, споруди, техніку та матеріальні цінності), а також в нематеріальні активи

(патенти, ліцензії, «ноу-хау», технічну, науково-практичну, інструктивну, проектну та іншу документацію).

Реальні, тобто виробничі інвестиції мають найбільше поширення. Вони являють собою вкладення коштів (фінансування) у конкретний проект довгострокового використання.

- *фінансові інвестиції*, тобто вкладення капіталу в розробку проектів, у купівлю акцій, облігацій та інших цінних паперів різних підприємств і установ, випущених державою або приватними юридичними особами. Таке інвестування здійснюється шляхом продажу і купівлі цих цінних паперів, як правило, на фондовому ринку, через що дані процеси найчастіше виступають як короткострокові фінансові операції.

2. За характером участі в інвестуванні виділяють прямі та непрямі інвестиції.

Під прямими інвестиціями розуміють безпосередню участь інвестора у виборі об'єктів інвестування і вкладення засобів. Пряме інвестування здійснюють в основному підготовлені інвестори, що мають досить точну інформацію про об'єкт інвестування і добре знайомі з механізмом інвестування.

Під непрямыми інвестиціями розуміють інвестування опосередковане, шляхом звернення до інвестиційних або фінансових посередників.

Не всі інвестори мають достатню кваліфікацію для ефективного вибору об'єкту інвестування і наступного управління ними. В цьому випадку вони купують цінні папери, що випускаються інвестиційними або іншими фінансовими посередниками (наприклад, інвестиційні сертифікати інвестиційних фондів та компаній), а останні зібрані таким чином інвестиційні ресурси, розміщують на свій розсуд – вибирають найбільш ефективні об'єкти інвестування, беруть участь в управлінні ними, а отримані доходи розподіляють потім серед своїх клієнтів і учасників.

3. За періодом інвестування розрізняють короткострокові та довгострокові інвестиції.

Під короткостроковими інвестиціями розуміють вкладення капіталу на період не більше одного року (наприклад, короткострокові депозитні вклади, купівля короткострокових ощадних сертифікатів тощо).

Під середньостроковими інвестиціями розуміють вкладення капіталу на період від одного до трьох років.

Під довгостроковими інвестиціями розуміють вкладення капіталу на період більше одного року. Цей критерій прийнятий на практиці обліку, але, як показує досвід, він потребує подальшої деталізації.

У практиці провідних інвестиційних компаній довгострокові інвестиції деталізують наступним чином: а) до 2 років; б) від 2 до 3 років; в) від 3 до 5 років; г) більше 5 років.

4. За формами власності інвесторів виділяють інвестиції приватні та державні.

Під приватними інвестиціями розуміють вкладення засобів, що здійснюється громадянами, а також підприємствами недержавних форм власності, перш за все – колективної (правильно було б назвати цю форму інвестицій «недержавними» але в економічній практиці використовують термін «приватні»).

Під державними інвестиціями розуміють вкладення, що здійснюють центральні та місцеві органи влади і управління за рахунок бюджетних засобів, а також державні підприємства та заклади за рахунок власних та позичкових засобів.

5. За регіональною ознакою розрізняють інвестиції національні та іноземні.

Під національними (внутрішніми) інвестиціями розуміють вкладення капіталу резидентами (юридичними або фізичними особами) даної країни в об'єкти інвестування на її території. Резиденти – юридичні особи та суб'єкти господарської діяльності України, що не мають статусу

юридичної особи (філії, представництва тощо), які створені та здійснюють свою діяльність відповідально до законодавства України з місцезнаходженням на її території.

Іноземні інвестиції передбачають вкладення капіталу нерезидентами в об'єкти (інструменти) інвестування даної країни. Нерезиденти – юридичні особи та суб'єкти господарської діяльності, що не мають статусу юридичної особи (філії, представництва тощо) з місцезнаходженням за межами України, які створені та здійснюють свою діяльність відповідно до законодавства іншої держави.

6. В залежності від форми участі інвестора:

- частково приймають участь в заново створюваних підприємствах або придбання частини діючих підприємств (часткова участь в товаристві з обмеженою відповідальністю);

- створення підприємств, які повністю належать інвестору або привласнення діючих підприємств повністю;

- привласнення рухомого та нерухомого майна шляхом прямого отримання або у вигляді акцій, облігацій та інших цінних паперів;

- привласнення концесій та використання природних ресурсів, прав користування землею та інших майнових прав.

7. За ступенем ризику інвестиції поділяються на такі види:

- безризикові;

- ризикові.

Інвестиційна діяльність являє собою сукупність практичних дій юридичних осіб, держави та громадян щодо реалізації інвестицій. Нинішня правова система України складається з більш ніж ста законів та інших нормативних актів, що регулюють інвестиційну діяльність.

Серед них слід відзначити Закон України «Про інвестиційну діяльність», Закон України «Про іноземні інвестиції», Закон України «Про державну програму заохочення іноземних інвестицій в Україні», Закон України

«Про цінні папери та фондову біржу», які створюють правову основу інвестиційної діяльності.

Згідно закону всі суб'єкти інвестиційної діяльності незалежно від форм власності та господарювання мають рівні права в частині здійснення цієї діяльності; самостійно визначають цілі, напрямки, види та обсяги інвестицій; залучають для їх реалізації на договірній основі будь-яких учасників інвестиційної діяльності, у тому числі шляхом організації конкурсів та торгів.

Інвестиційна діяльність здійснюється на основі:

- інвестування, що здійснюється суб'єктами інвестиційної діяльності;
- іноземного інвестування;
- спільного інвестування, що здійснюється громадянами і юридичними особами України та іноземних держав.

Об'єктами інвестиційної діяльності можуть бути:

- будь-яке майно, в тому числі основні фонди і оборотні кошти в усіх галузях та сферах народного господарства;
- цінні папери;
- цільові грошові вклади;
- науково-технічна продукція;
- інтелектуальні цінності;
- інші об'єкти власності та майнові права.

Забороняється інвестування в об'єкти, створення і використання яких не відповідає вимогам санітарно-гігієнічних, радіаційних, екологічних, архітектурних та інших норм, встановлених законодавством України, а також порушує права й інтереси громадян, юридичних осіб і держави.

Суб'єктами (інвесторами і учасниками) інвестиційної діяльності можуть бути громадяни і юридичні особи України та іноземних держав, а також держави.

Інвестори – суб'єкти інвестиційної діяльності, які приймають рішення про вкладення власних, позичкових і залучених майнових та інтелектуальних цінностей в об'єкти інвестування.

Інвестори можуть виступати в ролі вкладників, кредиторів, покупців, а також виконувати функції будь-якого учасника інвестиційної діяльності.

Учасниками інвестиційної діяльності можуть бути громадяни та юридичні особи України, інших держав, які забезпечують реалізацію інвестицій як виконавці замовлень або на підставі доручення інвестора.

Процес вкладення капіталу називається *інвестуванням*.

Усі суб'єкти інвестиційної діяльності мають рівні права щодо здійснення інвестиційної діяльності.

Інвестиційна діяльність може здійснюватися за рахунок:

- власних фінансових ресурсів інвестора (прибуток, грошові накопичення і заощадження громадян, юридичних осіб тощо);
- позичкових фінансових коштів інвестора (облігаційні позики, банківські та бюджетні кредити);
- залучених фінансових коштів інвестора (кошти, одержані від продажу акцій, пайові та інші вклади громадян і юридичних осіб);
- бюджетних інвестиційних асигнувань;
- безоплатних та благодійних вкладів, пожертвувань організацій, підприємств і громадян.

17.2 Джерела формування реальних інвестицій

Формування інвестиційних ресурсів за рахунок різних джерел і застосування перевірених методів фінансування інвестиційних програм (проектів) належать до важливих функцій (елементів) інвестиційної політики фірми на будь-якому етапі її становлення і розвитку.

Джерела інвестування можна класифікувати за такими ознаками:

1. *За характером власності:* власні; залучені; позичкові. Серед власних джерел формування інвестиційних ресурсів головну роль, безумовно, відіграє прибуток, що

залишається у розпорядженні фірми після сплати податків, тобто чистий прибуток. Другим за значенням джерелом власних коштів є амортизаційні відрахування, розмір яких залежить від обсягу використовуваних фірмою основних фондів та прийнятої політики їх амортизації (застосування методів прямолінійної чи прискореної амортизації).

Певне практичне значення для формування власних інвестиційних ресурсів мають інші джерела коштів. Зокрема, до них належать:

- страхова сума відшкодування збитків через втрату майна;
- раніше здійснені вкладення, які мають бути погашені у поточному році;
- реінвестована шляхом продажу частина основних фондів;
- іммобілізована в інвестиції частина надлишкових оборотних активів.

2. *За видами власності:* державні інвестиційні ресурси (бюджетні кошти та кошти позабюджетних фондів, державні позики, пакети акцій та інші основні та оборотні кошти, що належать до державної власності); інвестиційні, у тому числі фінансові ресурси комерційних та некомерційних суб'єктів господарювання, громадських об'єднань, фізичних осіб, у тому числі іноземних. Такі інвестиційні ресурси включають власні та залучені кошти підприємств, а також інституційних інвесторів, у тому числі інститутів спільного інвестування, недержавних пенсійних фондів, страхових компаній тощо.

3. *За рівнем власності:*

а) на рівні держави: кошти державного, регіонального та місцевих бюджетів, а також позабюджетних фондів; залучені кошти державної фінансово-кредитної системи; позикові кошти у вигляді державних іноземних запозичень (зовнішній борг держави) та державних облігацій, боргових, товарних та інших позик (внутрішній борг держави);

б) на рівні підприємства: власні кошти; залучені кошти; позичкові кошти.

Принципова відмінність між коштами із внутрішніх і зовнішніх джерел засобів має юридичне підґрунтя – у разі

ліквідації підприємства його власники мають право на ту частину майна підприємства, яка залишиться після розрахунків з третіми особами.

Таким чином, узагальнено формування системи джерел фінансування інвестицій підприємства має завжди передбачати:

- визначення критеріїв залучення того чи іншого джерела фінансування;
- аналіз можливих джерел фінансування на основі оцінки їх якісних та кількісних характеристик;
- вибір джерел, які найбільше відповідають обраним критеріям визначення оптимальної структури фінансових джерел.

17.3 Методичні підходи до оцінки ефективності реальних інвестицій

У системі управління використанням капіталу в процесі реального інвестування оцінка ефективності інвестиційних проектів представляє собою один з найбільш відповідальних етапів. Від того, наскільки об'єктивно і всебічно проведена ця оцінка, залежать строки повернення вкладеного капіталу, варіанти альтернативного його використання, додатково генерований потік прибутку підприємства в майбутньому періоді.

Розглянемо *базові принципи і методичні підходи*, які використовуються в сучасній практиці оцінки ефективності інвестування капіталу реальні інвестиційні проекти. Основні з таких принципів полягають у наступному:

1. Оцінка ефективності реальних інвестиційних проектів повинна здійснюватися на основі зіставлення обсягу інвестиційних витрат, з одного боку, і сум і термінів повернення інвестованого капіталу, з іншого. Це загальний принцип формування системи оцінювальних показників ефективності, відповідно до якого результати будь-якої діяльності повинні бути зіставлені з витратами

(застосованими ресурсами) на її здійснення. Стосовно до інвестиційної діяльності він реалізується шляхом зіставлення прямого і зворотного потоків інвестованого капіталу.

2. Оцінка обсягу інвестиційних витрат повинна охоплювати всю сукупність використовуваних ресурсів, пов'язаних з реалізацією проекту. У процесі оцінки повинні бути враховані всі прямі і непрямі витрати грошових коштів (власних і позикових), матеріальних і нематеріальних активів, трудових та інших видів ресурсів.

3. Оцінка повернення інвестованого капіталу повинна здійснюватися на основі показника «чистого грошового потоку». Цей показник формується за рахунок сум чистого прибутку та амортизаційних відрахувань в процесі експлуатації інвестиційного проекту. При проведенні різних видів оцінки цей показник може розглядатися як середньорічний, так і диференційований по окремих періодах експлуатації інвестиційного проекту.

4. У процесі оцінки суми інвестиційних витрат капіталу і чистого грошового потоку повинні бути обов'язково приведені до теперішньої вартості.

5. Вибір дисконтної ставки в процесі приведення окремих показників до теперішньої вартості має бути диференційований для різних інвестиційних проектів. У процесі такої диференціації повинні бути враховані рівень ризику, ліквідності та інші індивідуальні характеристики реального інвестиційного проекту.

До основних показників ефективності інвестиційного проекту належать такі:

- *чиста приведена вартість (NPV)*, що відображає абсолютну величину економічного ефекту від реалізації інвестицій, тобто:

$$NPV = \sum_{k=1}^n \frac{PV_k}{(1+r)^k} - \sum_{i=1}^n \frac{IC}{(1+r)^k}, \quad (17.1)$$

де PV_k – дисконтована вартість грошового потоку;

IC – сума інвестиційних коштів за проектом, що реалізується.

Очевидно, що якщо: $NPV > 0$, то проект слід прийняти, підприємство одержить додаткову ринкову вартість; $NPV < 0$, то проект слід відкинути, оскільки ринкова вартість майна зменшується; $NPV = 0$, то проект ні прибутковий, ні збитковий; вимагається провести додаткові дослідження.

- *індекс рентабельності інвестицій* (P_i) характеризує співвідношення дисконтованих грошового потоку та інвестиційних коштів, тобто:

$$P_i = \sum_{i=1}^n \frac{PV_k}{(1+r)^k} / \sum_{i=1}^n \frac{IC}{(1+r)^k} \quad (17.2)$$

- *термін окупності* (PP), тобто термін повернення авансованих інвестиційних коштів, що базується на величині грошового потоку з приведенням його абсолютної величини до теперішньої вартості (із застосуванням дисконтного множника). Для його обчислення можна використовувати формулу:

$$PP = \frac{\text{Сума дисконтованих інвестицій}}{\text{Середня величина дисконтованого грошового потоку}} \quad (17.3)$$

Сутність методу відбору інвестиційних проектів за допомогою переліку критеріїв полягає в наступному: розглядається відповідність проекту кожному критерію і по кожному із них дається оцінка. Метод дозволяє виділити переваги та недоліки інвестиційного проекту. При складанні переліку критеріїв необхідно використовувати лише ті із них,

які впливають із цілей, стратегії та задач підприємства, орієнтацію його довгострокових планів.

17.4 Сутність і форми фінансового інвестування

За чинним законодавством *фінансова інвестиція* — це господарська операція, яка передбачає придбання корпоративних прав, цінних паперів, деривативів та інших фінансових інструментів. Інвестування вільних коштів у фінансові інструменти передбачає різні цілі, основними з яких є: одержання в майбутньому прибутку, перетворення вільних заощаджень у високоліквідні цінні папери, установлення контролю над підприємством-емітентом тощо.

Фінансові інвестиції — це активна форма ефективного використання вільного капіталу підприємства, яка має особливості у тому, що:

- здійснюється на більш пізніх стадіях розвитку підприємства, коли задоволені його потреби в реальних інвестиціях;
- дає можливість здійснювати зовнішнє інвестування в країні і за її межами;
- є незалежним видом господарської діяльності для підприємств реального сектора економіки, оскільки стратегічні завдання їх розвитку можуть вирішуватися тільки шляхом вкладень капіталу до статутного фонду і придбання контрольних пакетів акцій інших підприємств;
- дозволяє підприємству реалізувати окремі стратегічні цілі свого розвитку більш швидко і дешево;
- підприємство має можливість вкладати кошти як в безризикові інструменти, так і в спекулятивні, і, таким чином, здійснювати свою інвестиційну політику як консервативний або агресивний інвестор;
- потребує мінімум часу для прийняття управлінських рішень порівняно з реальними інвестиціями (проектами);
- виникає необхідність активного моніторингу і оперативності у прийнятті рішень при здійсненні фінансових

інвестицій, оскільки фінансовий ринок має високі коливання кон'юнктури.

Переважно поняття фінансові інвестиції пов'язане з цінними паперами.

Цінні папери – це грошові документи, що засвідчують право володіння або кредитні відносини, визначають взаємини між особою, яка їх випустила (емітентом), та їхнім власником і передбачають, як правило, виплату доходу у вигляді дивідендів чи відсотків, а також можливість передачі грошових прав іншим особам. Цінні папери можуть бути іменними або на пред'явника. Іменні цінні папери передаються здебільшого способом повного індосаменту (передатним написом, який засвідчує перехід прав за цінним папером до іншої особи), а цінні папери на пред'явника обертаються вільно.

Акція – цінний папір без установленого строку обігу, що засвідчує пайову участь у статутному фонді акціонерного товариства, підтверджує членство в ньому і гарантує участь в управлінні ним, дає право його власникові на одержання частини прибутку у вигляді дивіденду, а також на участь у розподілі майна за ліквідації акціонерного товариства.

Акції можуть бути іменними та на пред'явника, привілейованими і простими. Громадяни мають право бути власниками, як правило, іменних акцій.

Привілейовані акції дають власникові переважне право на одержання дивідендів, а також на першочергову участь у розподілі майна акціонерного товариства в разі його ліквідації. Вони можуть випускатися із фіксованим у відсотках від їхньої номінальної вартості розміром щорічного дивіденду. Тоді дивіденди товариство мусить виплачувати в зазначеному розмірі, незалежно від абсолютної величини одержаного прибутку у відповідному році. У тому разі, коли прибуток відповідного року буде недостатнім, виплату дивідендів на такі акції треба проводити за рахунок резервного фонду акціонерного товариства.

Випуск усіх видів акцій акціонерним товариством здійснюється в розмірі його статутного фонду або на всю вартість майна державного підприємства в разі перетворення останнього на акціонерне товариство. До цього треба додати, що привілейовані акції можуть бути випущені на суму, що не перевищує 10% статутного фонду акціонерного товариства.

Облігацією є цінний папір, що засвідчує внесення її власником певної суми грошових коштів і підтверджує зобов'язання емітента повернути власнику облігації в обумовлений строк номінальну її вартість з виплатою фіксованого відсотка. Облігації всіх видів розповсюджуються серед юридичних і фізичних осіб на добровільних засадах.

Рішення про випуск облігацій внутрішньої державної та місцевої позик ухвалюють відповідно Кабінет Міністрів України і місцеві органи влади, а облігацій підприємств – емітент з оформленням відповідним протоколом. Підприємства (акціонерні товариства) можуть випускати облігації на суму не більше 25% від розміру статутного фонду і за умови повної оплати всіх раніше випущених акцій.

Кошти, одержані від реалізації облігацій позичкового характеру, направляються відповідно до державного та місцевого бюджетів, а також до позабюджетних фондів місцевих адміністрацій.

Казначейські зобов'язання України – вид цінних паперів на пред'явника, що розміщуються тільки на добровільних засадах серед населення, засвідчують внесення власниками грошових коштів до бюджету і дають право на одержання фінансового доходу.

Ощадний сертифікат – це письмове свідоцтво банку про депонування грошових коштів, яке засвідчує право вкладника на одержання після закінчення встановленого строку як самого депозиту, так і відсотків на нього. Ощадні сертифікати можуть бути строковими (під певний договірний відсоток на визначений термін) або до запитання, іменними та на пред'явника. Іменні ощадні сертифікати обігу не підлягають, їхнє відчуження іншим особам не допускається.

Вексель є окремим видом цінних паперів, який засвідчує без умовне грошове зобов'язання боржника (векселедавця) сплатити після настання строку визначену суму грошей власнику векселя (векселедержателю).

Фінансові інвестиції групують за такими стратегічними напрямками:

- інвестиційні операції з традиційними інструментами;
- придбання похідних цінних паперів (деривативів);
- депозитні операції підприємств;
- пайова участь у спільних підприємствах.

Залежно від мети інвестування, терміну перебування на підприємстві і ліквідності, фінансові інвестиції поділяють на довгострокові та поточні.

Довгостроковими фінансовими інвестиціями є фінансові інвестиції на період понад один рік, а також інвестиції, що не можуть бути вільно реалізовані в будь-який момент.

Поточні інвестиції – це фінансові інвестиції терміном, що не перевищує одного року, які можуть бути вільно реалізовані в будь-який момент (окрім інвестицій, які є еквівалентами грошових коштів).

Залежно від придбаних паперів фінансові інвестиції прийнято поділяти на пайові та боргові.

Пайові фінансові інвестиції характеризуються такими ознаками:

- засвідчують право власності підприємства на частку у статутному капіталі емітента корпоративних прав;
- виступають у вигляді пайових цінних паперів (акцій) або внесків до статутного капіталу інших підприємств;
- мають необмежений термін обігу;
- утримуються підприємством з метою одержання доходу за рахунок дивідендів або придбані з метою перепродажу чи одержання доходу за рахунок зростання ринкової вартості інвестицій.

На відміну від пайових, **боргові фінансові інвестиції** не надають права власності.

До них відносять інвестиції, які:

- виступають як боргові цінні папери (облігації);
- мають боргову природу;
- мають установлений термін обігу;

- утримуються підприємством до їх погашення з метою одержання доходу у вигляді відсотків або придбані з метою перепродажу й одержання доходу за рахунок зростання ринкової вартості інвестицій.

На сучасному етапі економічного розвитку інвестиційна активність індивідуальних інвесторів та юридичних осіб передбачає вкладення надлишкових (тимчасово вільних) коштів не в один, а у велику кількість інвестиційних об'єктів, генеруючи тим самим певну диверсифіковану сукупність їх.

Такий метод дістав назву «*портфельне інвестування*».

Інвестиційний портфель – це цілеспрямовано сформована сукупність об'єктів фінансового та/або реального інвестування, призначена для реалізації попередньо розробленої стратегії, що визначає інвестиційну мету.

Управління портфелем потребує зваженого підходу і дає найкращі результати завдяки ретельному аналізу потреб інвестора, а також прийнятних для включення в портфель інвестиційних інструментів. При формуванні портфеля слід зважати на такі умови: необхідний рівень поточного доходу, збереження й приріст капіталу, податкові аспекти, ризик тощо.

Кожен із цих чинників та їхні комбінації відіграють вагому роль під час визначення типу портфеля, що відповідає інвестиційним цілям певного інвестора.

17.5 Методичні підходи до оцінки ефективності фінансового інвестування

Оцінка ефективності фінансового інструменту інвестування зводиться до оцінки його реальної вартості, що

забезпечує отримання очікуваної норми інвестиційного прибутку по ньому.

Акції мають номінальну, балансову, ліквідаційну та ринкову ціни:

- *номінальна ціна* – встановлена при випуску акції, показує яка частка уставного капіталу відповідає одній акції в момент створення акціонерного товариства;

- *балансова ціна* – вартість чистих активів акціонерного товариства, що приходиться на одну акцію за балансом;

- *ліквідаційна ціна* – вартість майна, що реалізується акціонерним товариством за фактичними цінами в розрахунку на одну акцію;

- *ринкова (курсова) ціна* – це ціна, за якою акція продається або купується на ринку.

Існують три варіанти розрахунку ринкової ціни акції, якщо:

- *розмір дивідендів постійний* (при визначенні вартості привілейованих акцій):

$$A = \frac{D}{i}, \quad (17.4)$$

де D – постійний розмір дивіденду,

i – ставка доходності, що вимагає інвестор.

- *темп приросту дивідендів постійний*:

$$A = \frac{D_0 \cdot (1+q)}{i-q}, \quad (17.5)$$

де D_0 – останній виплачений дивіденд.

q – темп приросту дивіденду.

- *приріст дивідендів змінюється*:

$$A = \sum_{i=1}^n \frac{D_i}{(1+i)^n}, \quad (17.6)$$

де D_i – величина дивідендів в i -тому періоді,
 n – час нараховування дивідендів.

Для визначення ефективності вкладень інвестора в акції використовують наступний показник:

- ставка дивіденду:

$$d_c = \frac{D}{N} * 100, \quad (17.7)$$

де D – величина річних дивідендів, що виплачують інвестору,
 N – номінальна ціна акції.

Облігація – засвідчує внесення її власником коштів і підтверджує зобов'язання відшкодувати йому номінальну вартість цих паперів у передбачений строк з виплатою відсотків. Її особливістю є те, що сукупність платежів, які повинен отримати володар облігації, розтягнута у часі, тому усі майбутні платежі необхідно продисконтувати до моменту часу, для якого здійснюється оцінка облігації. В якості показника дисконту приймається доходність аналогічних фінансових паперів.

Для визначення ринкової ціни облігації використовують формулу:

$$B_0 = \sum_{k=1}^n \frac{C}{(1+i)^k} + \frac{B_n}{(1+i)^n}, \quad (17.8)$$

де C – річний поточний дохід, що виплачується за облігацію;

B_n – номінальна вартість облігації;

n – кількість років дії облігаційного займу;

k – рік, за який відбувається розрахунок.

i – ставка доходу інвестора.

Дохід від здійснених вкладень капіталу як у цінні папери, так і інші фінансові інструменти визначається як різниця між реальною вартістю фінансового активу та початковими інвестиціями в такі активи.



ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Економічна сутність інвестицій та їх структури.
2. Класифікація інвестицій.
3. Джерела формування реальних інвестицій.
4. Характеристика базових принципів оцінки ефективності реальних інвестицій.
5. Загальна характеристика форм фінансового інвестування.
6. Сутність портфельного інвестування.
7. Характеристика базових принципів оцінки ефективності фінансових інвестицій.
8. Моделі оцінки вартості окремих фінансових інструментів.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Прямі та портфельні інвестиції.
2. Роль фінансових інвестицій.
3. Методологічні основи визначення ефективності виробничих і фінансових інвестицій.
4. Чинники підвищення економічної ефективності капітальних вкладень та фінансових інвестицій.
5. Роль іноземних інвестицій в економіці країни.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Інвестиція – це:
 - а) всі майнові та інтелектуальні цінності, що включаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток або досягається соціальний ефект;

- б) господарська операція, яка передбачає придбання основних фондів, нематеріальних активів, корпоративних прав та цінних паперів в обмін на кошти або майно;
- в) операція, яка передбачає внесення коштів або майна до статутного фонду юридичної особи в обмін на корпоративні права, емітовані такою юридичною особою;
- г) операція, яка передбачає придбання корпоративних прав та цінних паперів в обмін на кошти або майно.

2. Реальні інвестиції характеризують:

- а) вкладення коштів у відтворення основних засобів, в інноваційні нематеріальні активи (патенти, ліцензії, технічну та іншу документацію);
- б) вкладання в об'єкти інтелектуальної власності;
- в) здійснення капітальних або фінансових інвестицій за рахунок доходу (прибутку), отриманого від інвестиційних операцій;
- г) вкладення коштів у ліцензії, патенти, «ноу-хау», наукові розробки тощо.

3. Інтелектуальні інвестиції характеризують:

- а) вкладання в об'єкти інтелектуальної власності, вкладення коштів у ліцензії, патенти, «ноу-хау», наукові розробки тощо;
- б) характеризують вкладення капіталу в різні фінансові інструменти (в основному в цінні папери) з метою отримання доходів у майбутньому;
- в) вкладення коштів у відтворення основних засобів, в інноваційні нематеріальні активи (патенти, ліцензії, технічну та іншу документацію);
- г) вірна відповідь відсутня.

4. Використання наявного капіталу для придбання (купівлі) акцій, облігацій та інших цінних паперів, що їх випускають підприємства або держава:

- а) фінансові інвестиції;
- б) реальні інвестиції;
- в) капітальні вкладення;
- г) прямі інвестиції.

5. Інвестування опосередковане, шляхом звернення до інвестиційних або фінансових посередників
 - а) фінансові інвестиції;
 - б) реальні інвестиції;
 - в) непрямі інвестиції;
 - г) прямі інвестиції.
6. Вкладення засобів в об'єкти інвестування, розміщені в територіальних кордонах країни інвестора
 - а) спільні інвестиції;
 - б) державні інвестиції;
 - в) інвестиції всередині країни;
 - г) приватні інвестиції.
7. Власні фінансові ресурси інвестора – це:
 - а) облігаційні позики, банківські та бюджетні кредити;
 - б) прибуток, грошові накопичення і заощадження громадян, юридичних осіб;
 - в) кошти, одержані від продажу акцій, пайові та інші вклади громадян і юридичних осіб;
 - г) бюджетні інвестиційні асигнування.
8. Залучені фінансові кошти інвестора – це:
 - а) облігаційні позики, банківські та бюджетні кредити;
 - б) прибуток, грошові накопичення і заощадження громадян, юридичних осіб;
 - в) кошти, одержані від продажу акцій, пайові та інші вклади громадян і юридичних осіб;
 - г) бюджетні інвестиційні асигнування.
9. Вкладення, що здійснюються іноземними громадянами, юридичними особами і державами:
 - а) спільні інвестиції;
 - б) державні інвестиції;
 - в) інвестиції всередині країни;
 - г) приватні інвестиції.
10. Прямі інвестиції передбачають:
 - а) пряму участь інвестора у виборі об'єктів інвестування і вкладення капіталу, здійснюються шляхом

- безпосереднього вкладення капіталу до статутних капіталів інших підприємств;
- б) вкладення капіталу інвестора, опосередковано іншими особами;
 - в) вкладення капіталу на період до одного року;
 - г) вкладення капіталу інвестора фінансовими посередниками.
11. Непрямі інвестиції передбачають:
- а) вкладення капіталу інвестора, опосередковано іншими особами (фінансовими посередниками);
 - б) пряму участь інвестора у виборі об'єктів інвестування і вкладення капіталу, здійснюються шляхом безпосереднього вкладення капіталу до статутних капіталів інших підприємств;
 - в) вкладення капіталу на період до одного року;
 - г) всі відповіді вірні.
12. Безпосередня участь інвестора у виборі об'єктів інвестування і вкладення засобів:
- а) фінансові інвестиції;
 - б) реальні інвестиції;
 - в) непрямі інвестиції;
 - г) прямі інвестиції.
13. Цінний папір без установленого строку обігу, що засвідчує пайову участь у статутному фонді акціонерного товариства:
- а) векселі;
 - б) акції;
 - в) облігації;
 - г) ощадні сертифікати.
14. Окремий вид цінних паперів, який засвідчує без умовне грошове зобов'язання боржника (векселедавця) сплатити після настання строку визначену суму грошей:
- а) векселі;
 - б) акції;
 - в) облігації;
 - г) ощадні сертифікати.

15. Акції, які дають власникові переважне право на одержання дивідендів, а також на першочергову участь у розподілі майна акціонерного товариства в разі його ліквідації:
- а) іменні;
 - б) привілейовані;
 - в) на пред'явника;
 - г) прості.
16. Письмове свідоцтво банку про депонування грошових коштів, яке засвідчує право вкладника на одержання після закінчення встановленого строку як самого депозиту, так і відсотків на нього:
- а) векселі;
 - б) акції;
 - в) облігації;
 - г) ощадні сертифікати.
17. Ощадні сертифікати під певний договірний відсоток на визначений термін називаються:
- а) іменні;
 - б) строкові;
 - в) на пред'явника;
 - г) до запитання.
18. Цілеспрямовано сформована сукупність об'єктів фінансового та/або реального інвестування, призначена для реалізації попередньо розробленої стратегії, що визначає інвестиційну мету:
- а) позика;
 - б) реальне інвестування;
 - в) інвестиційна діяльність;
 - г) портфельне інвестування.
19. Номінальна ціна акції – це:
- а) встановлена при випуску акції, показує яка частка уставного капіталу відповідає одній акції в момент створення акціонерного товариства;
 - б) вартість чистих активів акціонерного товариства, що приходить на одну акцію за балансом;

- в) ціна, за якою акція продається або купується на ринку;
- г) вартість майна, що реалізується акціонерним товариством за фактичними цінами в розрахунку на одну акцію.

20. Ринкова ціна акції – це:

- а) ціна, за якою акція продається або купується на ринку;
- б) вартість чистих активів акціонерного товариств;
- в) вартість, що приходиться на одну акцію за балансом;
- г) встановлена при випуску акції, показує яка частка уставного капіталу відповідає однієї акції в момент створення акціонерного товариства.

ТЕХНОЛОГІЧНА БАЗА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА

ТЕМА 18

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

- 18.1. Загальна характеристика інноваційних процесів
- 18.2. Науково-технічний прогрес (поступ), його загальні та пріоритетні напрями
- 18.3. Методичні підходи до оцінки ефективності інновацій

Ключові терміни

- *інновації*
- *інноваційна діяльність*
- *інноваційний продукт*
- *нововведення*
- *науково-технічний прогрес*

18.1. Загальна характеристика інноваційних процесів

Закон України «Про інноваційну діяльність» визначає **інновації** як новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукцію або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери.

Інноваціями прийнято вважати вкладення інвестиційного капіталу в нововведення, що призводять до кількісних або якісних поліпшень підприємницької діяльності.

Результатом інноваційних процесів є новини, а запровадження їх у господарську практику визнається за нововведення. Інноваційні процеси започатковуються певними галузями науки, а завершуються у сфері виробництва, сприяючи прогресивним змінам останнього. За своїм характером інноваційні процеси, новини й нововведення поділяються на взаємопов'язані види.

Ідеєю нововведення може бути народжена інвенція, ініціація або дифузія інновації.

Інвенція — ідея, пропозиція або проект, що після пророблення вилиється в інновацію.

Ініціація — це рекомендації щодо удосконалення науково-технічної, організаційної, продуктивної або комерційної діяльності, метою яких є початок інноваційного процесу або його продовження (розвиток).

Дифузія — пропозиція по використанню вже один раз обгрунтованої і впровадженої ідеї інновації.

Законом України «Про інвестиційну діяльність» **інноваційна діяльність** визначена як форма інвестицій і здійснюється з метою впровадження НТП у виробництво і соціальну сферу.

Ця діяльність включає:

- випуск і поширення принципово нових видів техніки і технологій;
- прогресивні міжгалузеві структурні зрушення;
- реалізацію довгострокових науково-технічних програм із тривалими термінами окупності витрат;
- фінансування функціональних досліджень для здійснення якісних змін у стані продуктивних сил;
- розроблення і впровадження нової технології, що зберігає ресурси, призначеної для поліпшення соціального та екологічного стану.

Досвід свідчить, що не всі інновації втілюються в практику, а тим більше не всі досягають завершення інвестиційним процесом.

Значення терміну «інновація» залежить від конкретної мети дослідження, вимірювання або аналізу об'єкта. У зв'язку з цим розрізняють такі основні типи інновацій.

- *товарна інновація* – введення нового продукту;
- *технологічна інновація* – введення нового методу виробництва;
- *ринкова інновація* – створення нового ринку товарів або послуг;
- *маркетингова інновація* – освоєння нового джерела постачання сировини або напівфабрикатів;
- *управлінська інновація* – реорганізація структури управління;
- *соціальна інновація* – впровадження заходів для поліпшення життя населення;
- *екологічна інновація* – впровадження заходів для охорони навколишнього середовища.

Згідно із законодавством України, ***інноваційна діяльність*** – це діяльність, що спрямована на використання й комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів та послуг.

Суб'єктами інноваційної діяльності можуть бути:

- фізичні та юридичні особи України;
- фізичні та юридичні особи іноземних держав;
- особи без громадянства;
- об'єднання юридичних та фізичних осіб, які проводять в Україні інноваційну діяльність і (або) залучають майнові та інтелектуальні цінності, вкладають власні чи запозичені кошти в реалізацію в Україні інноваційних проектів.

Підприємство (об'єднання підприємств) будь-якої форми власності, на якому понад 70 % обсягу продукції (у грошовому вимірі) за звітний період становлять інноваційні продукти або інноваційна продукція, визнається ***інноваційним підприємством***.

Інноваційний продукт – є результатом виконання інноваційного проекту і науково-дослідною і (або) дослідно-конструкторською розробкою нової технології (в тому числі інформаційно) чи продукції: з виготовленням експериментального зразка чи дослідної партії і відповідає таким вимогам:

- він є реалізацією (впровадженням) об'єктів інтелектуальної власності (винаходу, корисної моделі, промислового зразка, топографії інтегральної мікросхеми, селекційного досягнення тощо), на які виробник продукту має державні охоронні документи (патенти, свідоцтва) чи одержані від власників цих об'єктів інтелектуальної власності ліцензії, або він є реалізацією (впровадженням) відкриттів. При цьому використаний об'єкт інтелектуальної власності має бути визначальним для даного продукту;

- розробка продукту підвищує вітчизняний науково-технічний і технологічний рівень;

- в Україні цей продукт вироблено (буде вироблено) вперше, або якщо не вперше, то порівняно з іншим аналогічним продуктом, представленим на ринку, він є конкурентоспроможним і має суттєво вищі техніко-економічні показники.

Інноваційним визнається проект, яким передбачаються розробка, виробництво і реалізація інноваційного продукту і (або) інноваційної продукції, тобто інноваційний проект – комплект документів, що визначає процедуру і комплекс усіх необхідних заходів (у тому числі інвестиційних) щодо створення і реалізації інноваційного продукту й (або) інноваційної продукції.

Інноваційною визнається продукція, яка відповідає таким вимогам:

– вона є результатом виконання інноваційного проекту;

– така продукція (товари чи послуги) є конкурентоспроможною.

Об'єкти інновацій:

–інноваційні програми і проекти;

- нові знання та інтелектуальні продукти;
- виробниче обладнання та процеси;
- інфраструктура виробництва і підприємництва;
- організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру і якість виробництва і (або) соціальної сфери;
- сировинні ресурси, засоби їх видобування і переробки;
- товарна продукція;
- механізми формування споживчого ринку і збуту товарної продукції.

У загальному розумінні *інноваційні процеси*, що мають місце в будь-якій складній виробничо-господарській системі, є сукупністю прогресивних, якісно нових змін, що безперервно виникають у часі та просторі.

Результатом інноваційних процесів є новинки, а запровадження їх у господарську практику визнається за нововведення. Інноваційні процеси започатковуються певними галузями науки, а завершуються у сфері виробництва, сприяючи прогресивним змінам останнього. Первісними імпульсами запровадження новин (нововведень) на підприємствах служать не тільки суспільні потреби й результати фундаментальних наукових досліджень, а й використання зарубіжного прогресивного досвіду в галузі технології та організації виробництва, сучасних форм господарювання.

За своїм характером інноваційні процеси, новинки й нововведення поділяються на взаємопов'язані види:

- *технічні новинки і нововведення* проявляються у вигляді нових продуктів (виробів), технологій їхнього виготовлення, засобів виробництва (машин, устаткування, енергії, конструкційних матеріалів);

- *організаційні нововведення* охоплюють нові методи й форми організації всіх видів діяльності підприємств та інших ланок суспільного виробництва (організаційні структури

управління сферами науки та виробництва, форми організації різних типів виробництва й колективної праці тощо);

- *економічні* – методи господарського управління наукою та виробництвом через реалізацію функцій прогнозування і планування, фінансування, ціноутворення, мотивації та оплати праці, оцінювання результатів діяльності;

- *соціальні* – різні форми активізації людського чинника (професійна підготовка й підвищення кваліфікації персоналу, передовсім керівного складу всіх рівнів; стимулювання творчої діяльності; поліпшення умов і постійне підтримування високого рівня безпеки праці; охорона здоров'я людини та охорона довкілля; створення комфортних умов життя тощо);

- *юридичні* – нові і змінені закони та різноманітні нормативно-правові документи, що визначають і регулюють усі види діяльності підприємств та організацій.

За масштабністю і силою впливу на ефективність діяльності певних ланок суспільного виробництва всі новинки та нововведення можна об'єднати в дві групи – *локальні* (поодинокі, окремі) та *глобальні* (великомасштабні). Якщо локальні новини (нововведення) ведуть переважно до еволюційних перетворень у сфері діяльності підприємств і через це не справляють якогось істотного впливу на ефективність функціонування та розвитку цих підприємств, то глобальні, що здебільшого є революційними (принципово новими), кардинально підвищують організаційно-технічний рівень виробництва, а завдяки цьому забезпечують суттєві позитивні зрушення в економічних і соціальних процесах. Широкомасштабна комп'ютеризація виробництва та інших сфер діяльності людини зумовлює появу нового виду господарювання – промислового сервісу й відповідних організаційно-економічних форм його здійснення.

Будь-які локальні і глобальні нововведення різного спрямування можуть забезпечувати максимально можливий прогресивний вплив на виробництво за умови, якщо підприємства використовують їх постійно, комплексно й

гармонічно. Найбільший за наслідками безпосередній вплив на результативність (ефективність) діяльності підприємства справляють технічні та організаційні нововведення. Інші нововведення впливають на виробництво опосередковано (через ефективність нових організаційно-технічних рішень).

18.2. Науково-технічний прогрес (поступ), його загальні та пріоритетні напрями

Науково-технічний прогрес (НТП) – це постійний процес створення нових і вдосконалення застосовуваних технологій, засобів виробництва і кінцевої продукції з використанням досягнень науки. Його можна тлумачити як процес нагромадження та практичної реалізації нових наукових та технічних знань, цілісну технічну систему «наука-техніка-виробництво», що охоплює кілька стадій: фундаментальні теоретичні дослідження; прикладні науково-дослідні роботи; дослідно-конструкторські розробки; освоєння технічних нововведень; нарощування виробництва нової техніки до потрібного обсягу, її застосування (експлуатація) протягом певного часу; техніко-економічне, екологічне й соціальне старіння виробів, їх постійна заміна новими, ефективнішими зразками.

Науково-технічний прогрес здійснюється у двох формах: еволюційній та революційній.

Еволюційна форма НТП має місце, коли техніка і технологія, що застосовуються у виробництві, удосконалюються на основі вже відомих наукових знань. Прикладом цієї форми НТП є розвиток енергетичної техніки, заснованої на принципі використання кінетичної енергії пари – від простої парової машини до парогенераторів величезної потужності.

Революційна форма НТП означає перехід до техніки і технології, що побудовані на принципово нових наукових ідеях. Прикладом цієї форми є перехід від ручних знарядь

праці до машинних, заміна енергії пари на електричну, застосування лазерної та інших сучасних технологій тощо.

Винахід та запровадження у виробництво принципово нових науково-технічних розробок призводять до суттєвих змін у трудовому процесі, передбачають розширення продуктивних можливостей людства. Тому в цьому випадку йдеться про науково-технічну революцію.

Науково-технічна революція (НТР) – це стрибок у розвитку продуктивних сил суспільства, їх перехід у якісно новий стан на основі докорінних змін в системі наукових знань.

Сучасна НТР має ряд особливостей, основними з яких є:

- перетворення науки у безпосередньо продуктивну силу;
- скорочення проміжку часу від нового наукового відкриття до його практичного використання;
- новий стан суспільного поділу праці, який відбувається завдяки перетворенню науки у пріоритетну сферу діяльності;
- інтеграція науки з виробництвом, а також різних галузей самої науки;
- якісне перетворення усіх елементів виробництва засобів і предметів праці, самої праці.

Основні напрямки НТП на сучасному етапі:

електронізація – забезпечення усіх сфер виробництва і суспільного життя високоефективними засобами обчислювальної техніки аж до використання принципів штучного інтелекту, нового покоління супутникових систем зв'язку тощо;

комплексна автоматизація всіх галузей народного господарства на базі електронізації: впровадження гнучких виробничих систем, промислових роботів, багатоопераційних верстатів з ЧЛУ, систем автоматизованого проектування, автоматизованих систем управління технологічними процесами;

створення і використання нових матеріалів, що мають нові властивості: надпровідність, радіаційну стійкість, стійкість до зношування; надчистих матеріалів із заданими властивостями;

освоєння принципово нових технологій: мембранної, лазерної, плазмової, вакуумної, детонаційної тощо;

прискорений розвиток біотехнології, яка сприяє створенню безвідходних технологічних процесів, нарощуванню обсягів виробництва сировини, продовольчих ресурсів.

Рівень науково-технічного прогресу можна оцінити цілим рядом показників. Серед показників НТП особливе місце належить показникам технічного рівня виробництва, які відображають обсяг фактичного впровадження у виробництво досягнень науки, техніки, технології, організації праці і управління, як в цілому в господарстві країни, так і в окремих галузях і на підприємствах.

До показників технічного рівня виробництва належать: фондоозброєність праці (відношення вартості основних виробничих фондів до чисельності ПВП); технічна озброєність праці (відношення вартості активної частини основних фондів до чисельності ПВП); електроозброєність праці (відношення кількості спожитої електроенергії до чисельності ПВП); коефіцієнти оновлення і вибуття основних виробничих фондів, а також їх активної частини; вікові характеристики виробничого устаткування.

Крім того, рівень науково-технічного прогресу може бути охарактеризований рядом допоміжних показників: коефіцієнт електрифікації виробництва, коефіцієнти механізації виробництва і механізації праці, коефіцієнт автоматизації виробництва, частка електроенергії, використаної на технологічні цілі та інші.

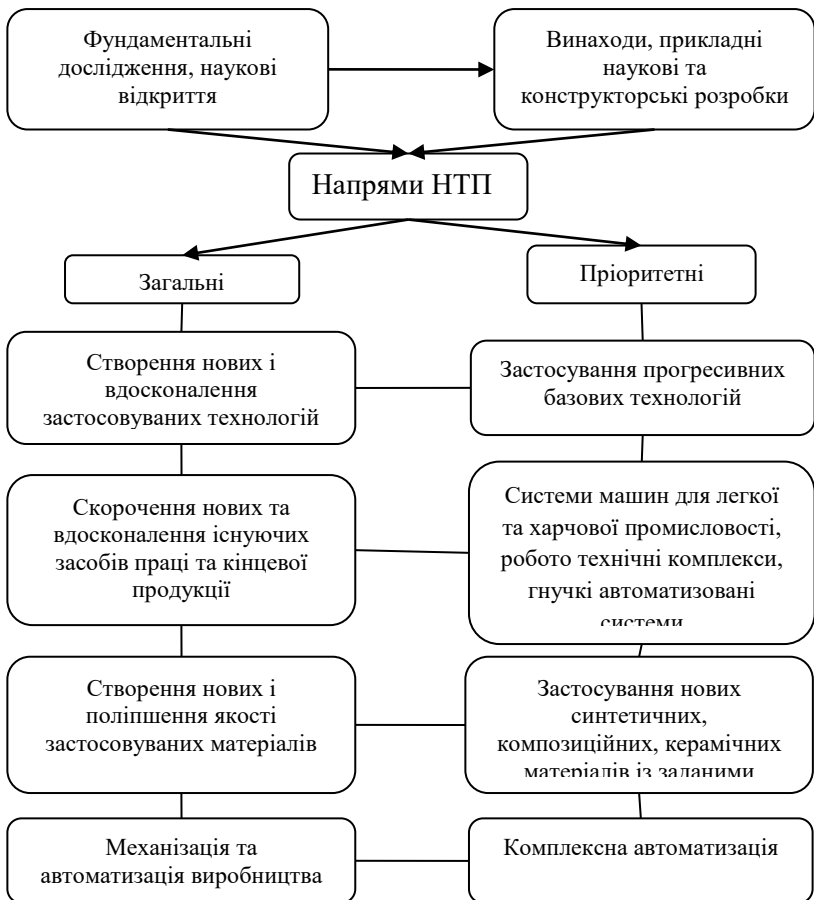


Рис 18.1. Загальні та пріоритетні напрями НТП.

Процес інтенсифікації – об’єктивний і закономірний шлях розвитку сільського господарства, притаманний усім цивілізованим країнам.

Основними передумовами переходу до інтенсивного сільського господарства є, по-перше, необхідність дальшого збільшення виробництва сільськогосподарської продукції, по-друге, обмеженість орнопридатних земель і, по-третє,

нагромадження матеріальних засобів і коштів у підприємствах для інтенсивного розвитку виробництва.

Як форма розширеного відтворення інтенсифікація сільського господарства відбувається на основі додаткових вкладень на одиницю земельної площі, що мають на меті якісне вдосконалення всіх чинників виробництва шляхом інноваційної діяльності. У зв'язку з цим в економічному значенні під інтенсифікацією сільського господарства слід розуміти не що інше, як концентрацію виробничих ресурсів на одній і тій самій земельній площі замість розподілу їх між різними земельними ділянками. При цьому інтенсивний розвиток сільського господарства передбачає якісне удосконалення засобів виробництва та використання прогресивних технологій.

Особливість інтенсифікації сільськогосподарського виробництва полягає в тому, що ефективність технічних вдосконалень засобів і предметів праці виявляється не прямо, а через функціонування землі. Інтенсифікація землеробства базується на тій особливості землі як засобу виробництва, що її родючість при правильному використанні підвищується, забезпечуючи зростання врожайності сільськогосподарських культур.

У процесі інтенсифікації додаткові вкладення треба розглядати в органічній єдності з результатами виробництва. Отже, інтенсифікація сільського господарства – це концентрація засобів праці на одиницю земельної площі з метою збільшення виходу сільськогосподарської продукції і поліпшення її якості.

З розвитком науково-технічного прогресу у сільськогосподарському виробництві змінюється співвідношення між затратами уречевленої і живої праці – частка першої зростає, а другої, відповідно, зменшується. Тому інтенсивний розвиток сільського господарства насамперед базується на широкому впровадженні в усіх його галузях комплексної механізації і автоматизації виробництва, що є основою підвищення його економічної ефективності.

Інтенсифікація сільського господарства тісно пов'язана з інтенсивним розвитком інших галузей агропромислового комплексу, об'єднаних спільною кінцевою метою. Процес інтенсифікації здійснюють в умовах оптимізації основних пропорцій між аграрним сектором і промисловістю, яка забезпечує його засобами виробництва, а також між галузями, які здійснюють переробку сільськогосподарської продукції і виробниче обслуговування сільського господарства. Це сприяє підвищенню ефективності інтенсифікації сільського господарства на основі економії виробничих ресурсів, а також соціально-економічному розвитку села.

На сучасному етапі основними напрямками інтенсифікації сільського господарства є такі (рис. 18.2).

Впровадження комплексної механізації й автоматизації виробництва передбачає створення високопродуктивних і досконалих систем машин з урахуванням особливостей галузей сільського господарства. Особливого значення набуває підвищення якості і надійності сільськогосподарської техніки, що є основою високої ефективності її використання.

Хімізація сільського господарства є одним з основних напрямів його інтенсифікації. Особливого значення набуває застосування мінеральних добрив з метою підвищення врожайності сільськогосподарських культур і прискорення окупності додаткових вкладень.

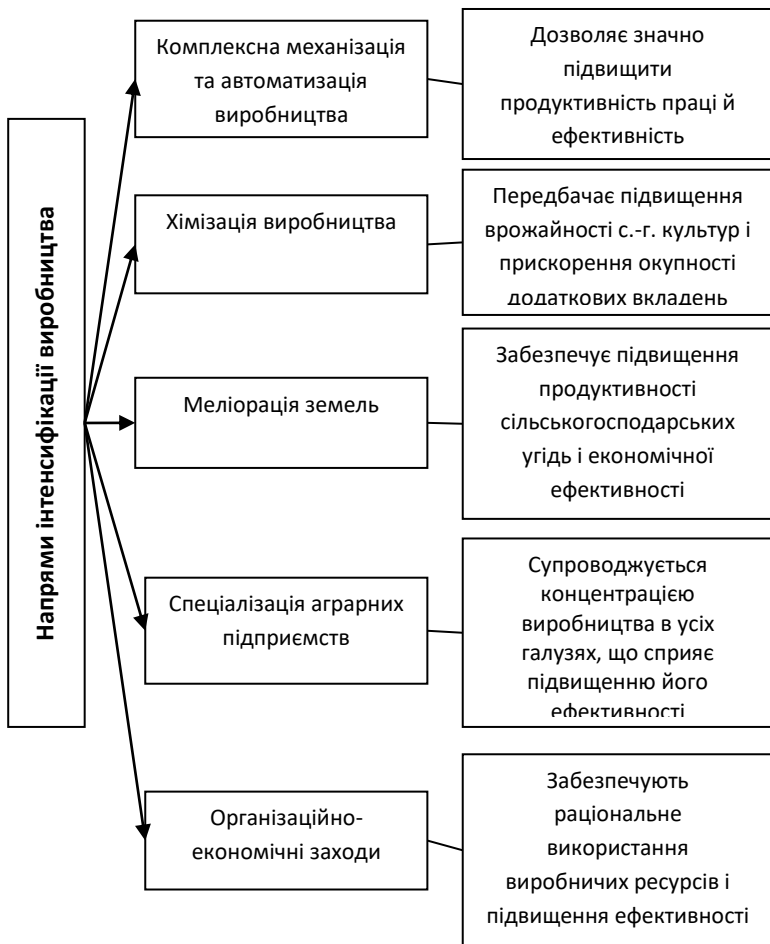


Рис. 18.2 Основні напрями та результати інтенсифікації сільськогосподарського виробництва

Одним із напрямів інтенсифікації є спеціалізація сільськогосподарського виробництва. Спеціалізація як одна з форм суспільного поділу праці є умовою широкого використання в сільськогосподарському виробництві

досягнень науково-технічного прогресу і основою його послідовної інтенсифікації.

Важливим напрямом інтенсифікації сільського господарства є меліорація земель, яка забезпечує підвищення продуктивності сільськогосподарських угідь і економічної ефективності виробництва.

Серед організаційно-економічних заходів, які забезпечують раціональне використання виробничих ресурсів і підвищення ефективності інтенсифікації виробництва, велике значення має впровадження прогресивних форм організації і оплати праці. Нині інтенсифікація сільськогосподарського виробництва потребує докорінної перебудови методів організації і оплати праці на основі прогресивних форм матеріального стимулювання. При цьому доцільно впроваджувати такі форми оплати праці, які безпосередньо залежать від кінцевих результатів, насамперед від одержаного валового доходу.

Послідовна інтенсифікація сільськогосподарського виробництва здійснюється на основі широкого використання досягнень науки і передового досвіду. Для дальшої інтенсифікації сільського господарства великого значення набувають виведення і впровадження у виробництво більш урожайних сортів сільськогосподарських культур та високопродуктивних порід худоби, пристосованих індустріальних технологій.

18.3 Методичні підходи до оцінки ефективності інновацій

Оцінка нововведень служить основою прийняття рішень щодо реалізації пропозицій (перспективна оцінка) та проведення контролю за використанням створених об'єктів (ретроспективна оцінка).

Метою оцінки є визначення показників ефективності, які дозволяють сформулювати комплексну характеристику результатів, що досягаються за рахунок використання нових підходів до задоволення існуючих і виникаючих потреб.

Впровадження нововведень може створювати різні види ефектів.

Для виміру окремих видів ефекту використовуються специфічні показники, які кількісно чи якісно характеризують результати. Їх врахування відображає полімотивацію інноваційних процесів. Інтереси інвесторів і інших учасників можуть бути пов'язані з грошовими та негрошовими цілями. Негрошові цілі формалізуються у вигляді конкретних показників, по яких здійснюється планування та вимірюється ступінь досягнення в результаті реалізації.

Інноваційна діяльність підприємства супроводжується різноманітними результатами (ефектами). Під *ефектом* розуміють досягнутий результат у його матеріальному, грошовому, соціальному вимірі.

У науково-методичній літературі зустрічаються різні точки зору щодо видів ефектів від інноваційної діяльності.

При виявленні ефектів від інноваційної діяльності, по-перше, необхідно сформулювати критерії та показники, за допомогою яких можуть бути оцінені результати інноваційної діяльності і, по-друге, слід врахувати об'єктивно існуючі взаємозв'язки й ієрархічну супідрядність ефектів від інноваційної діяльності.

Результати інноваційної діяльності можуть бути якісними й кількісними, в т. ч. в натуральному, трудовому та вартісному вимірах.

Будь-який результат інновацій у вартісному виразі узагальнюється економічним ефектом. Науково-технічні, соціальні, екологічні та інші результати, що не можуть бути оцінені у вартісному виразі, не поглинаються економічним ефектом й існують самостійно.

Економічний ефект визначається переважанням вартісної оцінки результатів інноваційної діяльності над вартісною оцінкою пов'язаних з нею витрат.

Економічний ефект від інноваційної діяльності оцінюється прибутком від:

- реалізації інноваційної продукції;
- впровадження нового технологічного процесу;
- покращення використання виробничих потужностей;
- впровадження винаходів, корисних моделей, промислових зразків, раціоналізаторських пропозицій тощо;
- ліцензійної діяльності.

Ефективність інновацій – результуюча величина, що визначається здатністю інновацій зберігати певну кількість трудових, матеріальних і фінансових ресурсів з розрахунку на одиницю створюваних продуктів, технічних систем, структур.

Прагнення до збільшення прибутку може бути реалізовано через максимізацію поточних прибутків чи їх максимізацію в капіталізованій формі, тобто накопиченого на кінець періоду майна. Як наслідок, оцінка ефективності базується на різних показниках.

Одна група методів – *статичні* – не враховує впливу чинника часу на цінність платежів.

До цієї групи належать *метод порівняння прибутків (чистих доходів), метод порівняння витрат, метод порівняння прибутковості (рентабельності), метод окупності.*

Другу групу складають *динамічні* методи оцінки економічної ефективності інвестицій. В їх основу покладено динамічний підхід, який суттєво знижує недоліки статичних методів. Це забезпечується за допомогою врахування фактору часу на цінність платежів.

Група динамічних методів включає: *метод чистої дисконтованої вартості*, який дозволяє визначити узагальнюючий підсумок платежів на початку планового горизонту; *метод внутрішньої ренти*, що надає характеристику доходності інвестиції; *метод ануїтетів*, який характеризує підсумки доходів і витрат у середньому за один часовий період; *метод окупності*, який, на відміну від статичного, враховує часову структуру платежів; метод кінцевої вартості капіталу, що дозволяє визначити

узагальнюючий підсумок платежів в кінці планового горизонту та використовується переважно для побудови фінансового плану інвестиції.

Загальна схема оцінки ефективності інноваційних проектів має містити наступні етапи:

- експертну оцінку суспільної значимості інноваційного проекту для народногосподарських і глобальних проектів. Для локальних проектів оцінюється лише їхня комерційна ефективність, тобто враховуються фінансові наслідки реалізації проекту для його безпосередніх учасників;

- розрахунок показників ефективності інноваційного проекту в цілому з метою пошуку потенційних інвесторів;

- оцінку ефективності після обґрунтування схеми фінансування. На цьому етапі уточнюється склад учасників і оцінюється ефективність участі в інноваційному проекті кожного з них. Для врахування фінансових наслідків інноваційного проекту на рівні регіону, галузі, бюджетів різних рівнів, окремих підприємств і акціонерів розраховується відповідно регіональна, галузева, бюджетна й комерційна ефективність.

Узагальнюючим показником економічної ефективності технічних нововведень є **економічний ефект**.

Економічний ефект визначається різницею між результатами від застосування технічних нововведень і витрат на їх розробку, виробництво і споживання.

$$EE=ВП-BB, \quad (18.1)$$

де ВП – валова продукція;

BB – валові витрати.

Результати реалізації технічних нововведень суттєво впливають на госпрозрахункові показники роботи підприємств-споживачів нововведень.

Такими показниками можуть бути:

1. Річний економічний ефект від підвищення продуктивності нової техніки:

$$E_p = \left(C_b * \frac{P_n}{P_d} - C_n \right) * P_n, \quad (18.2)$$

де C_b , C_n – витрати на випуск одиниці продукції за допомогою базової та нової техніки;

P_b , P_n – продуктивність відповідно базової і нової техніки.

2. Термін окупності додаткових капітальних вкладень:

$$T_{ок} = \frac{K_n - K_b}{E_p}, \quad (18.3)$$

3. Приріст прибутку за рік від виробництва продукції за допомогою нової техніки:

$$\Delta\Pi = (C_n - V_n) * O_n - (C_b - V_b) * O_b, \quad (18.4)$$

де V_b , V_n – витрати, віднесені на одиницю продукції, виготовленої за допомогою базової і нової техніки, грн.;

C_b , C_n – гуртова ціна одиниці продукції (гуртова ціна продавця) при використанні базової і нової техніки, грн.

O_b , O_n – обсяг виробництва продукції за допомогою базової і нової техніки, натур. од.

4. Умовне вивільнення працюючих у зв'язку із впровадженням нової техніки:

$$\Delta\text{Ч} = \frac{C_n * O_n}{\text{ППб}} - \frac{C_n * O_n}{\text{ППн}}, \quad (18.5)$$

де ППб , ППн – продуктивність праці до і після впровадження нової техніки, грн.

5. Економія капітальних вкладень:

$$\Delta KB = \left(KB_6 * \frac{PT_n}{PT_6} - KB_n \right) * OB_n, \quad (18.6)$$

де KB₆, KB_n – питомі капіталовкладення при використанні базової і нової техніки, грн.;

PT₆, PT_n – продуктивність одиниці базової і нової техніки за одиницю часу, натур, од. або грн. за одиницю часу.

6. Зниження матеріальних витрат розраховується за формулою:

$$\Delta MB = (MB_6 - MB_n) * O_n, \quad (18.7)$$

де MB₆, MB_n – матеріальні витрати на одиницю продукції при використанні базової і нової техніки, грн.



ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Загальна характеристика інновацій за різними ознаками.
2. Типи інновацій.
3. Суб'єкти та об'єкти інноваційної діяльності.
4. Інноваційні процеси та їх види.
5. Науково-технічний прогрес, його загальні та пріоритетні напрями.
6. Ефективність інноваційної діяльності.
7. Характеристика результатів і ефективність витрат на інноваційну діяльність.
8. Інноваційна діяльність як об'єкт інвестування.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТИВ

1. Суттєво-змістова характеристика і взаємодія різних видів інноваційних процесів (новин, нововведень).
2. Аналітична оцінка впливу організаційно-технічних та інших нововведень на економічні та соціально-екологічні показники діяльності підприємств України.
3. Роль інноваційної діяльності на підприємстві.
4. Напрями науково-технічного розвитку підприємства.
5. Головні цілі інноваційного розвитку підприємств.
6. Нормативні акти пріоритетних напрямів інноваційної діяльності України.
7. Поняття та ключові особливості сучасної науково-технічної революції.
8. Сучасні загальні та пріоритетні напрями НТП в окремих галузях народного господарства України.
9. Напрямки й тенденції сучасного організаційного прогресу на підприємствах та в інших ланках управління суспільним виробництвом.
10. Конверсія й диверсифікація сучасного виробництва на підприємствах України.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Інновація – це:
 - а) новостворені і вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного чи іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і соціальної сфери;
 - б) діяльність, спрямована на використання й комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок, і яка зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів та послуг;
 - в) сукупність прогресивних, якісно нових змін, що безперервно виникають у часі і просторі на підприємствах;

г) сукупність змін що охоплюють весь комплекс відносин виробництва і споживання та являють собою період від зародження ідеї до її комерційної реалізації.

2. Інвенція – це:

а) рекомендації щодо удосконаленню науково-технічної, організаційної, продуктивної або комерційної діяльності;

б) пропозиція по використанню вже одного разу обгрунтованої і впровадженої ідеї інновації;

в) ідея, пропозиція або проект, що після пророблення виллються в інновацію;

г) вкладення інвестиційного капіталу в нововведення.

3. Введення нового продукту – це інновація:

а) товарна;

б) технологічна;

в) маркетингова;

г) технічна.

4. Створення нового ринку товарів – це інновація:

а) ринкова;

б) товарна;

в) технологічна;

г) маркетингова.

5. Реорганізація структури управління – це інновація:

а) управлінська;

б) товарна;

в) маркетингова;

г) соціальна.

6. Введення нового методу виробництва – це інновація:

а) маркетингова;

б) технологічна;

в) товарна;

г) соціальна.

7. Форма інвестицій, що здійснюється з метою впровадження НТП у виробництво і соціальну сферу – це:

а) інвестиційна діяльність;

б) фінансова діяльність;

в) інноваційна діяльність;

- г) виробнича діяльність.
8. Підприємство визнається інноваційним підприємством, якщо інноваційні продукти або інноваційна продукція за звітний період становлять:
- а) 60% обсягу продукції;
 - б) 70%;
 - в) 80%;
 - г) 50%.
9. Технічні новинки і нововведення проявляються у вигляді:
- а) нових продуктів, технологій їхнього виготовлення, засобів виробництва;
 - б) нових методи й форм організації всіх видів діяльності підприємств;
 - в) методів господарського управління наукою та виробництвом;
 - г) різних форм активізації людського чинника.
10. Економічні нововведення проявляються у вигляді:
- а) нових продуктів, технологій їхнього виготовлення, засобів виробництва;
 - б) нових методи й форм організації всіх видів діяльності підприємств;
 - в) методів господарського управління наукою та виробництвом;
 - г) різних форм активізації людського чинника.
11. Новинки, які ведуть переважно до еволюційних перетворень у сфері діяльності підприємств:
- а) локальні;
 - б) функціональні;
 - в) спеціальні;
 - г) глобальні.
12. Узагальнена характеристика процесу використання організаційних факторів розвитку та підвищення ефективності виробництва:
- а) науково-технічний прогрес;
 - б) організаційний прогрес;
 - в) економічний прогрес;

г) соціальний прогрес.

13. Ефективність НТП – це:

- а) співвідношення ефекту і витрат, що його викликали, вимірюється в частках чи відсотках, що характеризують результативність витрат;
- б) результат вкладання капіталу;
- в) результат науково-технічної діяльності, що у теорії ефективності ототожнюється з обсягом чистого продукту;
- г) вірна відповідь відсутня.

14. Ефект НТП – це:

- а) результат науково-технічної діяльності, що у теорії ефективності ототожнюється з обсягом чистого продукту;
- б) співвідношення ефекту і витрат, що його викликали, вимірюється в частках чи відсотках, що характеризують результативність витрат;
- в) відношення вкладеного капіталу до витрат;
- г) вірна відповідь відсутня.

15. Вивільнення трудових, матеріальних і фінансових ресурсів на підприємстві характеризує ефект:

- а) ресурсний;
- б) технічний;
- в) економічний;
- г) соціальний.

16. Зростання продуктивності праці, зниження трудомісткості, матеріаломісткості і собівартості продукції і чисельності працівників, зростання прибутку і рентабельності характеризує ефект:

- а) економічний;
- б) соціальний;
- в) технічний;
- г) ресурсний.

17. Поява нової техніки і технології, відкриттів і раціоналізаторських пропозицій, «ноу-хау» і інших нововведень характеризує ефект:

- а) технічний;
- б) ресурсний;

в) економічний;

г) екологічний.

18. Комерційна ефективність характеризує:

а) результативність витрат у масштабах галузі, підприємства, і розраховується як відношення прибутку до вартості основних фондів чи собівартості продукції;

б) відношення вартості основних фондів до витрат на реалізацію даного проекту;

в) відношення ефекту до витрат на оплату праці;

г) відношення виручки від реалізації до витрат у масштабах народного господарства.

19. Народногоосподарська ефективність характеризує:

а) відношення ефекту до витрат у масштабах народного господарства;

б) результативність витрат у масштабах підприємства;

в) відношення кінцевого ефекту до витрат на реалізацію даного проекту;

г) вірна відповідь відсутня.

20. Впровадження заходів для охорони навколишнього середовища – це:

а) екологічна інновація;

б) соціальна інновація;

в) товарна інновація;

г) маркетингова інновація.

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

19.1. Характеристика техніко-технологічної бази виробництва

19.2. Організаційно-економічне управління технічним розвитком підприємства

19.3. Лізинг як форма оновлення технічної бази виробництва (діяльності)

Ключові терміни

- *техніко-технологічна база*
- *форми розвитку ТТБ*
- *технічний розвиток підприємства*
- *лізинг*
- *економічне управління технічним розвитком*

19.1. Характеристика техніко-технологічної бази виробництва

Виробництво як технологічна система являє собою сукупність взаємозалежних процесів, за допомогою яких суспільство, використовуючи сировинні ресурси і сили природи, створює необхідні продукти у вигляді засобів виробництва і предметів споживання.

Потенційна виробнича спроможність підприємства (тобто здатність забезпечувати випуск певного обсягу продукції належної якості за одиницю часу), мірилом якої є

його виробнича потужність, вирішальним чином залежить від наявної у нього техніко-технологічної бази.

Розвиток техніко-технологічної бази виробництва за належних умов господарювання має супроводжуватися систематичним її оновленням, що потребує значних інвестиційних ресурсів. Тому питання розвитку техніко-технологічної бази на сучасному етапі розвитку України є досить актуальним. Позитивне вирішення цього питання дасть можливість вийти на якісно новий рівень розвитку у системі конкуруючих економік.

Техніко-технологічна база підприємства – це сукупність спеціалізованих знарядь, предметів та способів праці, за допомогою яких виробляються певні види однорідної продукції або надаються послуги, що задовольняють однорідні потреби.

Поняття техніко-технологічної бази підприємства зазвичай розглядається за натурально-речовим складом і за суспільно-економічною формою. У першому випадку техніко-технологічна база підприємства – це сукупність спеціалізованих знарядь, предметів та способів праці, за допомогою яких виробляються певні види однорідної продукції або надаються послуги, що задовольняють однорідні потреби. Основу техніко-технологічної бази підприємства становлять знаряддя праці – машини, устаткування, прилади. Від ступеня їх розвитку залежать масштаби використання предметів праці – сировини, палива, різних видів енергії, допоміжних матеріалів тощо. Водночас розширення складу предметів праці прискорює процес розвитку засобів праці, особливо знарядь виробництва. Це наочно простежується в сучасну епоху, коли освоєння нових видів сировини, енергії, матеріалів значною мірою визначає бурхливий прогрес техніки. При цьому *під технікою*

розуміють сукупність речовинних факторів виробництва (засобів і предметів праці), в яких матеріалізовані нові знання і вміння людини.

Техніко-технологічна база підприємства містить технологічну і технічну складові.

Технологічна складова характеризує застосовувані технології (технологічні процеси) і містить три складові:

операції видобутку, обробки, переміщення, складування, контролю та інших складових частин виробничого процесу;

сукупність способів і прийомів переробки ресурсів та одержання готової продукції;

комплекс технологічної документації загального і спеціального призначення.

Технічна складова вміщує наступні три складові:

енергетичну базу (сукупність установок і мереж для забезпечення виробництва всіма видами енергії);

виробничі машини та устаткування, транспортно-переміщувальні машини й засоби;

технічну базу інформаційних процесів (інформаційно-обчислювальна техніка та засоби зв'язку).

На сучасному етапі трансформації суспільного виробництва об'єктивно існують певні тенденції поступального розвитку ТТБ підприємств виробничої сфери. Визначальними з них є:

1) підвищення наукомісткості засобів праці, рівня фундаментальності втілюваних у них знань;

2) зростання масштабів і розширення спектра застосування сучасного мікроелектронного устаткування;

3) перетворення засобів праці на технічну цілісність більш високого порядку;

4) трансформація техніко-технологічних засобів у все більш універсальні системи;

5) поглиблення інтеграції окремих елементів ТТБ та організаційно-управлінських компонентів виробництва;

6) підвищення ступеня автоматизації техніки й технічних систем, поступовий перехід до гнучкої автоматизації виробництва, зумовленої його кількісним урізноманітненням і зменшенням серійності.

Ці тенденції якісної зміни ТТБ виробництва визначають ті основні вимоги, які треба враховувати за формування технічного базису підприємств та обґрунтування стратегії його оновлення.

Завершальною ланкою і формою матеріалізації фундаментальних досліджень, засобом безпосереднього впливу науки на сферу виробництва є технологія.

Технологія – спосіб перетворення вхідних елементів (сировини, матеріалів, інформації тощо) на вихідні (продукти, послуги).

Потреба в новій технології, як і в кожній новації, обумовлена кризовими явищами у функціонуванні підприємства. Як правило, сигналом до здійснення технологічних змін є зменшення обсягу продажу продукції і, відповідно, погіршення фінансових показників підприємства та показників ефективності виробництва. Важливою характеристикою сучасних технологій є їх здатність до мінливості. Так, у сфері інформаційних технологій зміни відбуваються навіть протягом кількох місяців. Проте деякі технології є консервативними щодо змін.

Виділяють три типи технологій за рівнем їх мінливості:

- *стабільна технологія*, яка практично залишається незмінною протягом усього життєвого циклу попиту;

- *плодотворна технологія*, яка дає змогу модифікувати продукти, що випускають з її допомогою, постійно вдосконалюючи їх здатність задовольняти потреби споживачів;

- *мінлива технологія*, за якою протягом життєвого циклу попиту на продукт для його виготовлення використовують нові базові технології.

Використовувати певну технологію доцільно доти, доки вона придатна для випуску конкурентоспроможної продукції. У багатьох випадках базовий зразок продукції може бути модифіковано, вдосконалено, що сприяє продовженню її життєвого циклу, а отже і терміну використання відповідної технології. Проте важливо вчасно зрозуміти, що існуюча технологія вичерпала свої можливості і потребує заміни.

Вибір типу технології залежить від сфери, у якій організація здійснює свою діяльність. Існують суттєві відмінності між виробничими технологіями і технологіями обслуговування. Виробничі технології є фондомісткими, включають складні технічні системи спеціального призначення, а в основі технологій обслуговування – різноманітні засоби комунікації, які є універсальними і переважно не вимагають спеціального технічного оснащення.

Невід’ємною частиною багатьох технологій, особливо виробничих, є **обладнання (устаткування)** – технічні засоби, за допомогою яких виконують технологічні операції, внаслідок чого відбувається зміна фізичних чи хімічних характеристик вихідної сировини (напівфабрикатів), її фізичної форми, зовнішнього вигляду.

Характеристики обладнання, задіяного у певній технології, впливають не лише на якість виконання відповідних операцій та продукції загалом, а й визначають здатність технології змінюватися. Спеціалізоване обладнання

придатне для виконання лише тих технологічних операцій, для яких воно і створювалося, а універсальне – гнучкіше, воно може виконувати значно більше операцій. Розроблення нової технології значною мірою визначається можливостями наявної технічної бази підприємства (перспективний дослідний зразок може так і не стати товаром через складність розроблення промислової технології його виготовлення). Отже, приступати до технологічних змін можна, лише зваживши можливості існуючої техніки.

Оновлення ТТБ підприємства і продукції припускає: організацію власних підрозділів технічного і інноваційного розвитку; залучення зовнішніх організацій, що виконують у взаємодії з внутрішніми підрозділами ті або інші функції розвитку підприємства; визначення й організацію каналів підвищення науково-технічного рівня виробництва.

Для оцінки ТТБ підприємства використовується комплекс показників, які відображають стан та розвиток основних фондів, існуючі технології і організацію виробництва, роль і участь в ньому нематеріальних активів. Серед таких показників, насамперед, вартість основних фондів, їх стан і рух – введення, оновлення, вибуття, ліквідація, та відповідні до них розрахункові коефіцієнти. До загальних показників, які характеризують ТТБ підприємства, належать фондоозброєність, фондоємкість, енергооснащеність і електроозброєність праці.

19.2. Організаційно-економічне управління технічним розвитком підприємства

Технічний розвиток відображає процес формування та вдосконалення техніко-технологічної бази підприємства, що

має бути постійно зорієнтованим на кінцеві результати його виробничо-господарської, комерційної чи іншої діяльності.



Рис. 19.1. Форми технічного розвитку підприємств

Технічний розвиток як об'єкт організаційно-економічного управління охоплює різноманітні форми, які мають відображати відповідні стадії процесу розвитку виробничого потенціалу і забезпечувати просте та розширене відтворення основних фондів підприємства. Із сукупності форм технічного розвитку доцільно виокремлювати такі, що характеризують, з одного боку, підтримання техніко-технологічної бази підприємства, а з іншого – її безпосередній розвиток через вдосконалення і нарощування виробництва. Використання сучасних досягнень науки й техніки дає змогу підприємствам забезпечувати розвиток його виробничого потенціалу, який може здійснюватися у різноманітних формах. Деякі з них дають можливість

підтримувати наявний техніко-технологічний стан підприємства, інші удосконалювати і нарощувати його.

Нове будівництво – це будівництво споруд, здійснюване на нових площах. Розширення діючих підприємств основного виробництва відбувається шляхом будівництва нових або розширення допоміжних цехів і комунікацій, здійснюваного на території діючого підприємства або на ділянках, що примикають до неї. *Реконструкція* – це здійснюване по єдиному проекту переустаткування виробництва, що може включати в себе як будівництво нових, так і розширення діючих об'єктів. *Технічне переозброєння* – комплекс заходів щодо підвищення техніко-технологічного рівня окремих виробництв на основі впровадження передової техніки і технології, механізації та автоматизації виробництва.

За умов сучасних революційних перетворень у технічному базисі виробництва ступінь його технічної досконалості та рівень економічного потенціалу в цілому визначаються прогресивністю використовуваних технологій – способів одержання й перетворювання матеріалів, енергії, інформації, виготовлення продукції. Технологія стає завершальною ланкою і формою матеріалізації фундаментальних досліджень, засобом безпосереднього впливу науки на сферу виробництва. В сучасних умовах вона набула самостійного значення, перетворившись на авангардний напрям НТП.

У зв'язку з визначальним впливом на результати господарської діяльності технічного розвитку, а також у зв'язку з його багатоспрямованістю і великою складністю важливе практичне значення має постійно здійснювана та збалансована за всіма елементами система економічного управління цим процесом на підприємстві. Процес

економічного управління технічним розвитком підприємства зазвичай включає такі основні етапи:

- *установлення цілей* – визначення, ранжирування, виокремлення пріоритетів;

- *підготовчий* – аналіз виробничих умов, підготовка прогнозної інформації;

- *варіантний вибір рішень* – розробка, вибір критерію та оцінка ефективності можливих варіантів;

- *програмування (планування) робіт* – узгодження вибраних і прийнятих рішень, їхнє інтегрування в єдиний комплекс заходів у межах програми технічного розвитку підприємства на найближчу та віддалену перспективу;

- *супроводження реалізації програми* – контроль за виконанням передбачених програмою заходів, проведення необхідного коригування програми.

Оцінювання технічного рівня підприємства повинно спиратися на аналіз і узагальнення певної системи показників, які відображають ступінь технічної оснащеності персоналу, рівень прогресивності технології, технічний рівень виробничого устаткування (рис. 19.2).

Об'єктивність може бути забезпечена за умови не лише методично правильного обчислення відповідних показників, а й порівняння їх динаміки для даного підприємства за певний період. При аналізі ТТБ підприємства доцільно зіставити по роках динаміку показників ТТБ підприємства з основними показниками ефективності виробництва – обсягами виробленої продукції, отриманого прибутку, рентабельністю продукції, рентабельністю основної діяльності.

Крім того, оцінка техніко-технологічного рівня виробництва передбачає врахування забезпечення підприємства сучасними засобами обчислювальної техніки,

персональними ЕОМ, насиченості комунікаційними та інформаційними засобами, рівня розвитку інформаційних технологій, зокрема принципово нових засобів передачі інформації, наявності баз даних, ступеня захисту інформаційних ресурсів.

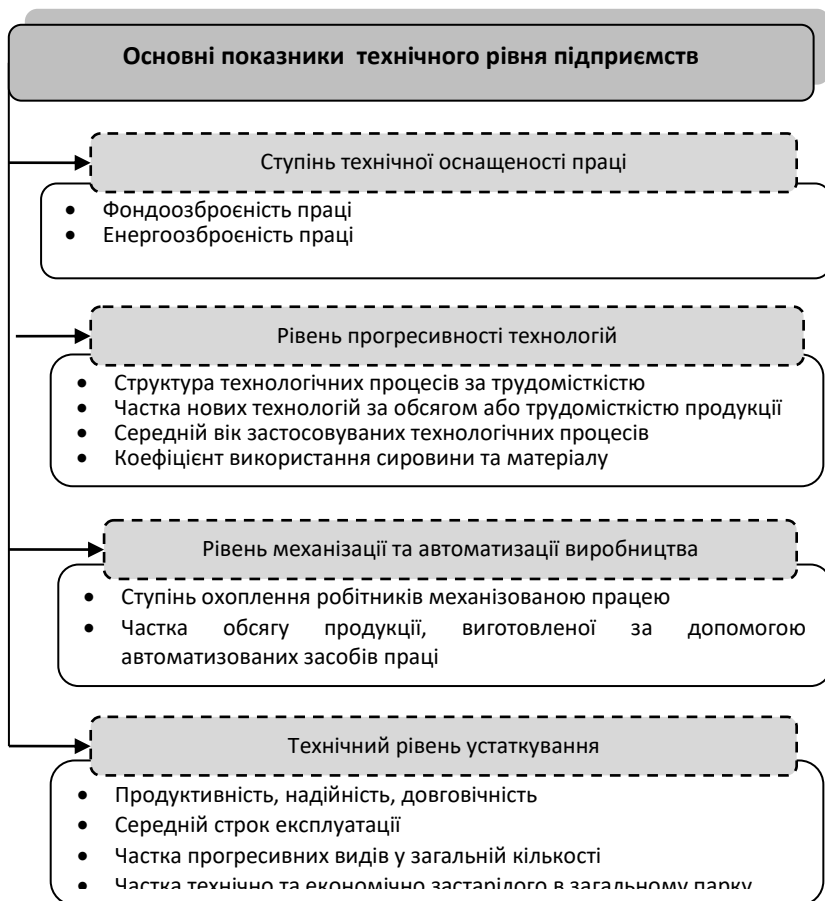


Рис.19.2. Основні показники технічного рівня підприємства

Для поглибленого аналітичного оцінювання стану технічного розвитку підприємства використовують й інші показники, зокрема ті, що відображають галузеву специфіку виробництва: механоозброєність праці (відношення середньорічної вартості машин і устаткування до кількості робітників у найбільшій зміні); коефіцієнт фізичного спрацювання устаткування; коефіцієнт технологічної оснащеності виробництва (кількість застосовуваних пристроїв, оснастки та інструментів у розрахунку на одну оригінальну деталь кінцевого виробу); ступінь утилізації відходів виробництва тощо.

Технічний розвиток підприємства великою мірою залежить від маркетингової і виробничої стратегії, які визначають планові заходи щодо устаткування і технології, необхідні для випуску певного продукту. Вдосконалення техніко-технологічної бази підприємства слід планувати та орієнтувати передусім на ті заходи, що забезпечать реалізацію обраної ним стратегії діяльності. Для вітчизняних підприємств, що мають обмежені фінансові можливості, такі заходи переважно орієнтовані на підтримання існуючого технічного рівня шляхом його капітального ремонту та модернізації.

19.3 Лізинг як форма оновлення технічної бази виробництва (діяльності)

Лізинг – це підприємницька діяльність, спрямована на інвестування власних чи залучених фінансових коштів, яка полягає в наданні лізингодавцем (юридичною особою або індивідуальним підприємцем, які здійснюють лізингову діяльність) у виключне користування на визначений строк лізингоодержувачу (особі, котра одержує майно за договором

лізингу) майна, що є власністю лізингодавця або набувається ним у власність (з доручення і за погодженням з лізингоодержувачем) у продавця (постачальника-виробника майна), за умови сплати лізингоодержувачем періодичних лізингових платежів.

Лізинг має подвійну природу. З одного боку, його можна охарактеризувати як вкладення ресурсів на зворотних засадах в основний капітал. Надаючи орендарові компоненти основного капіталу, власник у визначені терміни одержує їх назад. За свою послугу він одержує винагороду у вигляді лізингових платежів, що дозволяє забезпечити реалізацію принципу платності. Отже, за своєю суттю лізинг відповідає кредитним відносинам і зберігає суть кредитних операцій. З іншого боку, оскільки позиковець і позичальник оперують капіталом не в грошових одиницях, а в продуктивних, то за формою лізинг подібний до інвестиційного фінансування.

Об'єктом лізингу може бути будь-яке нерухоме й рухоме майно, що належить до основних фондів, у тому числі машини, устаткування, транспортні засоби, обчислювальна та інша техніка, системи телекомунікацій тощо, стосовно яких немає обмежень щодо передавання їх у лізинг (оренду). Не можуть бути об'єктами лізингу земельні ділянки та інші природні об'єкти (мисливські угіддя, ліси, водоймища тощо).

Лізинг класифікують наступним чином:

- за *строком використання об'єкта лізингу*:

- оперативний (із неповною окупністю), тобто лізинг із неповною окупністю орендованих основних фондів. Він здійснюється за договором лізингу, в результаті укладення якого лізингоодержувач одержує у платне користування від лізингодавця відповідне майно на строк, менший за період амортизації 90 відсотків вартості об'єкта лізингу (оренди).

- фінансовий (із повною окупністю), тобто лізинг з повною окупністю орендованих матеріальних елементів основних фондів. Офіційно під фінансовим лізингом розуміють договір лізингу, згідно з яким лізингодавець надає лізингоодержувачу майно на час, не менший за строк, протягом котрого нараховується 60 відсотків амортизаційних відрахувань від повної вартості об'єкта лізингу (на день укладення договору). Після закінчення строку дії договору фінансового лізингу орендоване майно переходить у власність лізингоодержувача або викупується ним за залишковою вартістю.

- *за масштабом поширення лізингових відносин:*

- внутрішній (загальнодержавний), суб'єктами якого є українські підприємства (організації) чи їхні інтеграційні утворення.

- міжнародний, який реалізується суб'єктами лізингу, що перебувають під юрисдикцією різних держав, або тоді, коли лізингове майно чи платежі перетинають державні кордони.

- *за характером лізингових операцій:*

- сервісний лізинг застосовується за умови придбання на лізингових засадах складної техніки або такої, що зазнає швидкого техніко-економічного старіння (наприклад, комп'ютерно-обчислювальна та розмножувальна техніка, транспортні засоби тощо).

- зворотний лізинг передбачає викуп лізингодавцем майна у власника (виробника) і передачу цього майна в лізинг тому самому власнику.

В залежності від тривалості розрізняють лізинг: короткостроковий (до 1 року), середньостроковий (від 1 до 3 років), довгостроковий (більше 3 років).

Оскільки лізинг можна розглядати як особливу форму довгострокової оренди, то при встановленні строку лізингового договору лізингодавець і лізингоодержувач враховують:

- термін служби устаткування, що визначається його техніко-економічними даними. При цьому тривалість лізингового контракту не повинна перевищувати терміну можливої експлуатації обладнання з урахуванням умов експлуатації об'єкта лізингоодержувачем;

- період амортизації устаткування, який, як правило, встановлюється державними органами (при фінансовому лізингу термін договору збігається з періодом амортизації);

- динаміку інфляційних процесів: для лізингодавця не вигідно укладати договір при високих темпах інфляції на тривалий строк з фіксованими орендними платежами, і навпаки, при тенденції цін до зниження лізингодавець прагне до тривалого строку лізингової угоди;

- цикл появи продуктивнішого або дешевшого аналога об'єкта угоди;

- кон'юнктуру ринку позичкового капіталу і тенденції його розвитку (оскільки лізингові компанії широко користуються банківським кредитом, то рівень процентних ставок за довгостроковими кредитами, які є основою вартості умов лізингу, здійснює безпосередній вплив на умови лізингової угоди, включаючи його термін).

Слід також пам'ятати, що терміни лізингу залежать від особливостей устаткування та його призначення, від можливості його повторної здачі в лізинг, часу морального старіння та інших об'єктивних і суб'єктивних чинників.

Широке розповсюдження в світовій практиці лізинг отримав завдяки перевагам, які надаються суб'єктам угоди.

Розглянемо основні з них. З точки зору лізингоодержувача (орендаря) ці переваги такі:

- можливе використання нової, дорогої техніки, високих технологій без значних одноразових витрат, оскільки при лізингу виробниче обладнання передається в користування без попереднього викупу, тобто є можливість налагодити виробництво при обмежених витратах фінансових (а при міжнародному лізингу – валютних) засобів;

- лізинг припускає 100% кредитування і, як правило, не потребує негайного початку платежів; при використанні звичайного кредиту підприємство повинно було б частину вартості покупки оплатити за рахунок власних коштів;

- лізинг також дозволяє спочатку випробувати машини, а потім закупити їх, а обладнання в сезонних галузях орендувати лише на час його фактичної експлуатації;

- лізинг дозволяє підприємству запобігти витратам, пов'язаним із моральним старінням машин і устаткування, і сприяє використанню найновіших об'єктів лізингу, що підвищує конкурентоспроможність лізингоодержувача;

- лізингові платежі в повному обсязі відносяться на собівартість продукції (робіт, послуг), виробленої лізингоодержувачем, і відповідно знижують оподатковуваний прибуток;

- майно за лізинговою угодою не зараховується на баланс лізингоодержувача, що не збільшує його активів і звільняє від сплати податку на майно; його вартість не включається в залишок кредитної заборгованості. Це поліпшує фінансові показники підприємства-орендаря і відповідно дозволяє йому залучити додаткові кредитні ресурси (у зв'язку з цим сучасний лізинг часто класифікують як «позабалансове фінансування»);

– у багатьох країнах законодавчо встановлені податкові пільги для лізингових операцій (так, прискорена амортизація дозволяє суттєво знизити оподатковуваний прибуток і термін лізингової угоди);

– порядок здійснення лізингових платежів гнучкіший, ніж за кредитними угодами (лізингоодержувач може розрахувати надходження своїх доходів і разом із лізингодавцем розробити зручну схему платежів; платежі можуть бути щомісячними, щоквартальними тощо; сума платежів може бути постійною або ковзною; при її визначенні може бути врахована сезонність використання предмета лізингу; платежі можуть здійснюватися із виручки від реалізації продукції, що вироблена на отриманому в лізинг обладнанні); при використанні компенсаційного лізингу лізингоодержувач здійснює платежі в товарній формі, використовуючи продукцію, що вироблена на лізингованому обладнанні;

– лізинг доступний малим і середнім підприємствам, в той час як отримання банківських кредитів на сприятливих умовах для них проблематичне; деякі лізингові компанії не вимагають від лізингоодержувача ніяких додаткових гарантій, оскільки забезпеченням угоди є саме устаткування (при невиконанні орендарем своїх зобов'язань лізингова компанія забирає своє майно);

– лізинг на відміну від кредиту дає змогу створити надійніші умови господарювання;

– підвищується ліквідність підприємств-лізингоодержувачів, тобто покращується такий важливий для ринкової економіки показник, як здатність своєчасно сплатити майбутні борги;

– перевагою лізингу є також можливість придбання лізингоодержувачем устаткування за залишковою вартістю після завершення лізингової угоди;

– при укладанні лізингової угоди орендар може розраховувати на отримання від лізингодавця додаткових інформаційних, консультативних і юридичних послуг;

– Міжнародний валютний фонд не враховує суму лізингових угод у підрахунку національної заборгованості, тобто є можливість перевищити фактичні ліміти кредитної заборгованості, встановлені Фондом для окремих країн (при застосуванні імпортного лізингу).

В умовах ринкових відносин лізинг дає можливість вижити малим, середнім і великим підприємствам. Підприємству-виробнику лізинг вигідний тим, що за його допомогою підтримується тісний зв'язок між виробниками і споживачами техніки. Вся інформація про недоліки використовуваного устаткування надходить до підприємства-виробника, яке усуває їх, підвищуючи таким чином конкурентоспроможність своєї продукції та розширюючи можливості її збуту. Збуваючи продукцію за лізингом, виробник вирішує проблему отримання плати за неї, що зміцнює його фінансове становище.

В умовах економічної кризи в Україні, коли практично зупинилося фінансування капіталовкладень в оновлення основних засобів у зв'язку з недостатністю прибутку підприємств і значним зменшенням виробництва, цей метод фінансування інвестицій є найбільш доцільним і може сприяти збереженню ліквідності більшості підприємств України.



ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Характеристика техніко-технологічної бази підприємства.
2. Сучасні тенденції розвитку техніко-технологічної бази підприємств різних галузей.
3. Проблеми оцінки технічного рівня різногалузевих підприємств.
4. Система організаційно-економічного управління технічним розвитком підприємства.
5. Можливі та найбільш ефективні форми технічного розвитку підприємства.
6. Проблеми планування технічного розвитку підприємства.
7. Об'єктивна необхідність та ефективність застосування лізингу як нової форми оновлення й розвитку технічної бази підприємств (організацій).



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Оцінка техніко-технологічної бази підприємства.
2. Загальна характеристика ТТБ підприємства.
3. Сучасні тенденції розвитку техніко-технологічної бази підприємств різних галузей.
4. Проблеми оцінки технічного рівня різногалузевих підприємств.
5. Можливі та найбільш ефективні форми технічного розвитку підприємства.
6. Стан техніко-технологічного розвитку промисловості України.
7. Необхідність та ефективність застосування лізингу як нової форми оновлення й розвитку технічної бази підприємств.

8. Мотивація підприємств щодо впровадження нововведень.
9. Основні шляхи організації оновлення ТТБ підприємства.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Кількісна та якісна сукупність складових частин матеріально-технічної бази, що забезпечує виробництво продукції (виконання робіт, надання послуг) і визначає рівень розвитку всіх елементів процесу виробництва – це:
 - а) техніко-технологічна база;
 - б) матеріальна база;
 - в) технологічна база;
 - г) ресурсна база.
2. Технічна складова містить:
 - а) всі відповіді вірні;
 - б) енергетичну базу;
 - в) виробничі машини й устаткування та транспортні засоби;
 - г) технічну базу інформаційних процесів.
3. Енергетичну базу, виробничі машини і устаткування, технічну базу і інформаційні процеси – складають:
 - а) технічну складову ТТБ;
 - б) технологічну складову ТТБ;
 - в) енергетичну складову ТТБ;
 - г) матеріальну складову.
4. Ступінь технічної оснащеності праці характеризується:
 - а) середнім віком застосовуваних технологічних процесів; енергомісткістю продукції;
 - б) фондоозброєністю та енергоозброєністю праці;
 - в) ступенем охоплення робіт механізованою працею;
 - г) часткою обсягу продукції, що виробляється за допомогою автоматизованих засобів праці.

5. Рівень прогресивності технологій характеризується:

- а) структурою технологічних процесів за трудомісткістю; часткою нових технологій за обсягом або трудомісткістю продукції; середнім віком застосовуваних технологічних процесів;
- б) фондоозброєністю та енергоозброєністю праці;
- в) ступенем охоплення робіт механізованою працею;
- г) часткою обсягу продукції, що виробляється за допомогою автоматизованих засобів праці.

6. Технічний рівень устаткування характеризується:

- а) продуктивністю; надійністю і довговічністю; питомою металомісткістю; середнім строком експлуатації; часткою прогресивних видів обладнання в загальній кількості; часткою технічно та економічно застарілого обладнання в загальному парку;
- б) часткою нових технологій за обсягом або трудомісткістю продукції; середнім віком застосовуваних технологічних процесів;
- в) фондоозброєністю та енергоозброєністю праці;
- г) коефіцієнт використання сировини і матеріалів; енергомісткістю продукції.

7. Рівень механізації і автоматизації виробництва характеризується:

- а) ступенем охоплення робіт механізованою працею; часткою обсягу продукції, що виробляється за допомогою автоматизованих засобів праці;
- б) фондоозброєністю та енергоозброєністю праці;
- в) структурою технологічних процесів за трудомісткістю; часткою нових технологій за обсягом або трудомісткістю продукції;

- г) середнім віком застосовуваних технологічних процесів; коефіцієнт використання сировини і матеріалів; енергомісткістю продукції.
8. Сукупність спеціалізованих знарядь, предметів та способів праці, за допомогою яких виробляються певні види однорідної продукції або надаються послуги, що задовольняють однорідні потреби:
- а) техніко-технологічна база підприємства;
 - б) технологія;
 - в) технічний розвиток підприємства;
 - г) обладнання.
9. Спосіб перетворення вхідних елементів (сировини, матеріалів, інформації тощо) на вихідні (продукти, послуги):
- а) технологія;
 - б) техніка;
 - в) технічний розвиток підприємства;
 - г) обладнання.
10. Здійснюване по єдиному проекту переустаткування виробництва, що може включати в собі як будівництво нових, так і розширення діючих об'єктів:
- а) реконструкція;
 - б) нове будівництво;
 - в) технічне переозброєння;
 - г) розширення діючих підприємств.
11. Технічні засоби, за допомогою яких виконують технологічні операції, внаслідок чого відбувається зміна фізичних чи хімічних характеристик вихідної сировини, її фізичної форми, зовнішнього вигляду:
- а) обладнання;
 - б) техніка;
 - в) технологія;

г) технічний розвиток підприємства.

12. Комплекс заходів щодо підвищення техніко-технологічного рівня окремих виробництв на основі впровадження передової техніки і технології, механізації та автоматизації виробництва:

а) технічне переозброєння;

б) реконструкція;

в) нове будівництво;

г) розширення діючих підприємств.

13. Форма технічного розвитку, що не відноситься до розвитку техніко-технологічної бази підприємства:

а) капітальний ремонт;

б) реконструкція;

в) розширення;

г) технічне переозброєння.

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

- 20.1. Матеріально-технічне забезпечення виробництва
- 20.2. Системний підхід до планування та організації матеріальних потоків на підприємстві
- 20.3. Управління логістичними операціями в процесі виробництва

Ключові терміни

- *матеріально-технічне забезпечення*
- *матеріальний потік*
- *логістична система*
- *логістичні операції*

20.1 Матеріально-технічне забезпечення виробництва

Для безперебійного функціонування виробництва необхідно добре налагоджене **матеріально-технічне забезпечення (МТЗ)**, яке на підприємствах здійснюється через органи матеріально-технічного постачання.

Цілі матеріально-технічного забезпечення виробництва:

- своєчасне забезпечення підрозділів підприємства необхідними видами ресурсів необхідної кількості і якості;
- поліпшення використання ресурсів підвищення продуктивності праці, фондівіддачі, скорочення тривалості виробничих циклів виготовлення продукції, забезпечення ритмічності процесів, скорочення оборотності оборотних коштів, повне використання вторинних ресурсів, підвищення ефективності інвестицій;

- аналіз організаційно-технічного рівня виробництва та якості продукції у конкурентів постачальника і підготовка пропозицій щодо підвищення конкурентоспроможності матеріальних ресурсів, що поставляються або зміну постачальника конкретного виду ресурсу.

Для досягнення перерахованих цілей працівники органів постачання повинні вивчати і враховувати попит та пропозицію на всі споживані підприємством матеріальні ресурси, рівень і зміну цін на них і на послуги посередницьких організацій, вибрати найбільш економічну форму руху товарів, оптимізувати запаси, знижувати транспортно-заготівельні і складські витрати.

Об'єктами постачання є сировина, допоміжні засоби, матеріали, комплектуючі, товари для торгівлі, а функціями – закупівля на внутрішніх і зовнішніх ринках, створення й зберігання запасів, розподіл між споживачами та видалення доходів.



Рис. 20.1 Функції органів постачання підприємства

Планування матеріально-технічного забезпечення виробництва включає комплекс робіт з аналізу питомих витрат матеріальних ресурсів за звітний період, використання технологічного устаткування і оснащення, прогнозування та нормування окремих видів ресурсів на плановий період, розробці матеріальних балансів по видах ресурсів, джерел надходження і перерахованим вище напрямками використання. Перелічені роботи з планування дуже трудомісткі. Вони виконуються економістами і плановиками за участю інших фахівців. Менеджери не беруть участі в розробці планів, їх завдання – перевірити дотримання принципів планування, склад планових документів, їх якість.

20.2. Системний підхід до планування та організації матеріальних потоків на підприємстві

Поняття логістичної системи є одним із базових понять логістики. Існують різні системи, які забезпечують функціонування економічного механізму. В цій множині необхідно розрізняти саме логістичні системи з метою їх аналізу та удосконалення.

Логістична система – це адаптивна система зі зворотним зв'язком, яка виконує ті чи інші логістичні функції (операції), складається із підсистем і має розвинуті внутрішньосистемні зв'язки та зв'язки із зовнішнім середовищем.

Метою логістичної системи є забезпечення наявності необхідного товару в необхідній кількості і асортименті, заданої якості, в потрібному місці й у потрібний час, в максимально можливому ступені підготовки до виробничого процесу або особистого споживання при заданому рівні логістичних витрат.

Межі логістичної системи визначаються циклом обігу засобів виробництва. Спочатку закуповуються засоби виробництва, які у вигляді матеріального потоку надходять у логістичну систему, складаються, обробляються, знову

зберігаються і потім йдуть з логістичної системи у споживання в обмін на фінансові ресурси, що надходять у логістичну систему. Виділення меж логістичної системи на базі циклу обігу засобів виробництва отримало назву принципу «сплати грошей – отримання грошей».

Фактором, що дає змогу інтегрувати всі елементи логістичної системи у чітко функціонуючий механізм, є *матеріальний потік*. **Під матеріальним потоком** розуміють взаємозв'язки усіх процесів й операцій, пов'язаних з добуванням, обробкою, переробкою, складуванням, транспортуванням і розподілом вантажів у сфері матеріального виробництва, на промислових підприємствах, в цехах, на виробничих дільницях. Матеріальні потоки можуть протікати як усередині одного підприємства, так і між різними підприємствами. При цьому кожному матеріальному потоку відповідає деякий інформаційний потік, який у тимчасовому і просторовому аспектах може не збігатися з матеріальним.

Матеріальні потоки утворюються в результаті транспортування, складування і виконання інших матеріальних операцій із сировиною, напівфабрикатами і готовими виробами – починаючи від первинного джерела сировини до кінцевого споживача.

Основними параметрами характеристики потоку є: початкові і кінцеві його пункти, траєкторія переміщення, довжина шляху, швидкість і час руху, проміжні пункти, інтенсивність.

За характером об'єкти, котрі входять до потоку, поділяються на матеріальні, транспортні, енергетичні, грошові, інформаційні та ін.

Матеріальні потоки у системі матеріально-технічного забезпечення (МТЗ) поділяються на такі групи: сировина, основні матеріали, напівфабрикати, комплектуючі вироби, паливо, інструмент, інвентар, устаткування.

Матеріальний потік утворюється в результаті сукупності дій з матеріальними об'єктами. Ці дії називають

логістичними операціями. Однак поняття логістичної операції не обмежується діями лише з матеріальними потоками.

Для управління матеріальним потоком необхідно приймати, обробляти і передавати інформацію, яка відповідає цьому потоку. Виконувані при цьому дії також належать до логістичних операцій.

До логістичних операцій з матеріальним потоком можна віднести навантаження, транспортування, розвантаження, комплектування, складування, пакування і інші операції. Логістичні операції з інформаційним потоком – це, як вже відзначалося, збирання, обробка і передавання інформації, яка відповідає матеріальному потоку. Слід відзначити, що витрати на виконання логістичних операцій з інформаційними потоками складають суттєву частину логістичних витрат.

У логістиці для управління потоками передбачається також здійснення таких функцій: планування, оперативне регулювання, облік, контроль, аналіз. Кожна функція поділяється на завдання, а останні на операції. Номенклатура завдань та їх склад на кожній функції управління також визначаються сутністю керованих потоків.

Управління матеріальними потоками на підприємстві припускає виконання наступних функцій:

- *координація дій учасників логістичного процесу* полягає у формулюванні і доведенні цілей управління матеріальними потоками до окремих підрозділів, в узгодженні відмічених цілей з глобальними цілями підприємства і забезпеченні на цій основі спільної злагодженої роботи усіх ланок логістичного ланцюга;

- *організація матеріальних потоків у виробництві* припускає формування і встановлення просторових і тимчасових зв'язків між учасниками руху товару, а також створення системи управління матеріальними потоками на підприємстві;

- *планування матеріальних потоків* включає виконання таких підфункцій, як науково-технічне і економічне прогнозування, розробка програми дій і деталізація планів. Прогнозування передує власне розробці планів і складанню програми дій. Воно виконує завдання за оцінкою майбутніх тенденцій стану внутрішньовиробничої логістичної системи;

- *Контроль за ходом процесу руху товару* у рамках внутрішньовиробничої логістичної системи, як функція управління матеріальними потоками здійснюється по каналах, визначених організаційною структурою підприємства, і полягає в безперервному спостереженні за ходом процесу руху товару по встановлених параметрах. Для цього здійснюються збір і обробка інформації про стан матеріальних потоків, виявляються і аналізуються відхилення від планових завдань по виконанню виробничих замовлень, робляться висновки про міру відповідності проведених робіт поставленим завданням. Усунення виявлених відхилень забезпечується шляхом регулювання;

- *Регулювання ходу виконаних робіт* включає наступні операції: аналіз порушень графіку робіт по виконанню виробничих замовлень і причин, що викликали їх, розробку програми усунення відхилень і заходів, що забезпечують її реалізацію. Відмічені операції здійснюються одночасно і в єдності складають механізм регулювання матеріальних потоків.

20.3 Управління логістичними операціями в процесі виробництва

В останні роки серед фахівців у сфері логістики домінує точка зору про те, що в сучасних умовах виробництва удосконалення управління матеріально-технічним забезпеченням з орієнтацією тільки на мінімізацію витрат вже не відповідає нагальним потребам. На їхню думку, управління стає оптимальним лише тоді, коли воно базується на логістичній концепції, що тісно пов'язана з активною

ринковою стратегією. Таким чином, логістика має працювати перш за все на споживача, намагаючись максимально задовольнити його попит.

Логістика – це процес планування, реалізації та контролю за ефективним з економічної точки зору переміщенням сировини, матеріалів, готової продукції, а також пов'язаної з ними інформації про постачання товарів від місця виробництва до місця споживання згідно з вимогами клієнта. Логістика – наука про управління потоками в системах.

Матеріальний потік на своєму шляху від первинного джерела сировини до кінцевого споживача проходить ряд виробничих ланок. Управління матеріальним потоком на цьому етапі має свою специфіку і має назву виробнича логістика, або по іншому – внутрішньовиробнича.

Метою виробничої логістики є оптимізація матеріальних потоків всередині підприємств, які створюють матеріальні блага або надають матеріальні послуги.

У виробничій логістиці велика роль належить процесам своєчасного забезпечення виробництва всіма необхідними матеріалами, заготовками, напівфабрикатами, комплектуючими виробами.

Закордонними фахівцями розроблено і впроваджено у практику декілька систем управління цими процесами. Управління матеріальними потоками у рамках внутрішньовиробничих логістичних систем ґрунтується на двох принципово різних підходах: штовхаючому і тягнучому.

Перший підхід називається «штовхаюча» система і є системою організації виробництва, у якій предмети праці, які надходять на виробничу ділянку, безпосередньо цією ділянкою в попередньої технологічної ланки не замовляються. Матеріальний потік «виштовхується» кожному наступному адресату чітко за розпорядженням (командою), яка надходить на передавальну ланку з центральної системи управління виробництвом.

Протягом свого виготовлення деталі проходять шлях від попередньої стадії процесу виробництва до наступної. Однак у цьому випадку важко перебудуватися під час збоїв у якихось технологічних процесах або за умови зміни попиту. Використовуючи дану систему управління, протягом місяця доводиться неодноразово змінювати виробничі графіки для всіх технологічних стадій одночасно, що часто зробити дуже важко.

«Штовхаючі» моделі управління матеріальними потоками характерні для традиційних методів організації виробництва. Можливість їх застосування для логістичної організації виробництва з'явилася у зв'язку з масовим розповсюдженням обчислювальної техніки і сучасних інформаційних технологій.

Незважаючи на те, що «штовхаючі» системи здатні управляти функціонуванням виробничо-господарських механізмів різного ступеня складності, поєднуючи всі їх елементи у єдине ціле, вони в той же час мають обмежені можливості. Характеристики переданого естафетою від ланки до ланки матеріального потоку оптимальні тією мірою, якою центр управління може його враховувати, оцінити і скорегувати. Один із основних недоліків даної системи полягає в тому, що чим більше факторів щодо кожної із ланок логістичного ланцюжка повинен враховувати центр управління, тим складнішим, дорожчим і досконалішим повинне бути програмне, інформаційне та матеріально-технічне забезпечення.

Крім того, за такої системи в підприємства повинні бути матеріальні запаси на всіх стадіях виробництва, для того щоб запобігти збоям і пристосуватися до змін попиту. Тому така система припускає створення внутрішніх статистичних потоків між різними технологічними етапами, що часто призводить до заморожування матеріальних засобів, встановлення надлишкового устаткування і залучення додаткових робітників.

«Штовхаючі» системи знайшли своє застосування не тільки в сфері виробництва (виробничій логістиці), але й у сфері обігу як на стадії здійснення закупівель, так і на стадії реалізації готової продукції.

У процесі матеріально-технічного забезпечення «штовхаюча» система є системою управління запасами впродовж всього логістичного ланцюга, у якому рішення про поповнення запасів у складській системі на всіх рівнях приймається централізовано. Під час реалізації готової продукції «штовхаюча» система проявляється як стратегія збуту, спрямована на випереджаюче щодо попиту формування товарних запасів в оптових і роздрібних торгових підприємствах.

Другий варіант організації логістичних процесів на виробництві ґрунтується на принципово іншому способі управління матеріальним потоком. Він називається «тягнучою» системою і є системою організації виробництва, у якій деталі і напівфабрикати подаються на наступну технологічну операцію з попередньої в міру необхідності.

Тут центральна система управління не втручається в обмін матеріальними потоками між різними ділянками підприємства, не встановлює для них поточних виробничих завдань. Виробнича програма окремої технологічної ланки визначається розміром замовлення наступної ланки. Основною функцією центра управління є постановка завдання перед кінцевою ланкою виробничого технологічного ланцюга.

Перевагою «тягнучих» систем є те, що вони не вимагають загальної комп'ютеризації виробництва. У той же час вони передбачають високу дисципліну і дотримання всіх параметрів постачань, а також підвищену відповідальність персоналу всіх рівнів, особливо виконавців. Це пояснюється тим, що централізоване регулювання виробничих процесів обмежене.

Основними цілями «тягнучих» систем є:

- запобігання поширенню зростаючих коливань попиту або обсягу продукції від наступного процесу до попереднього;

- зведення до мінімуму коливання параметрів запасів між технологічними операціями;

- максимальне спрощення управління запасами в процесі виробництва шляхом його децентралізації, підвищення рівня оперативного цехового управління.

У сфері обігу широко застосовуються як штовхаючі системи, так і тягнучі. На стадії закупівель вони утворюють системи управління матеріальними потоками з децентралізованим процесом прийняття рішень про поповнення запасів. Під час реалізації готової продукції «тягнуча» система є стратегією збуту, спрямованою на випереджальне щодо формування товарних запасів стимулювання попиту на продукцію в оптовій і роздрібній торговій ланці. Після створення логістичної стратегії та визначення принципів організації виробництва створюється (або змінюється на основі логістичного підходу існуюча) система управління.



ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Що належить до матеріально-технічного забезпечення підприємства?
2. Завдання матеріально-технічного забезпечення.
3. Що являє собою виробнича логістика?
4. Функціональні завдання виробничої логістики.
5. Переваги і недоліки двох основних моделей організації управління матеріальними потоками в логістичних системах.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Роль логістики в формуванні доданої вартості продукту.
2. Методи оцінки витрат протягом циклу переміщення та переробки матеріалів.
3. Пріоритетні напрямки робіт по оптимізації функціонування виробничої системи.
4. Специфічні риси матеріального потоку в залежності від різних типів виробництва.
5. Методи аналізу матеріальних потоків.
6. Складські та транспортні аспекти функціонування матеріального потоку.
7. Види організації виробничого процесу.
8. Система «КАНБАН» та інші методи управління матеріальними потоками.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Форма розподілу коштів виробництва на основі організаційних зв'язків та угод між постачальниками і споживачами безпосередньо або через посередника це:
 - а) матеріально-технологічне забезпечення;
 - б) техніко-технологічне забезпечення;
 - в) технічне забезпечення;
 - г) матеріальне забезпечення.
2. Своєчасно забезпечує і регулює поставки сировини, напівфабрикатів, комплектуючих деталей, забезпечує виконання послуг в обсязі, номенклатурі та в терміни, що встановлені господарськими угодами – це служба:
 - а) матеріально-технічного постачання;
 - б) інструментальне господарство;
 - в) ремонтно-механічні цехи;
 - г) виробничо-технічної комплектації.
3. «Штовхаючі» системи це:

- а) побудовані за принципом подачі матеріалів, деталей та вузлів у виробничий процес по команді центральної системи управління;
 - б) спрямовані на випередження (по відношенню до попиту) формування товарних запасів на складах гуртових та роздрібних підприємств;
 - в) побудовані за принципом подачі матеріалів, деталей та вузлів з попередньої технологічної операції на наступну відповідно до замовлення ланки, яка виконує наступну операцію;
 - г) спрямовані на випередження стимулювання попиту в роздрібній торговельній ланці.
4. «Тягнучі» системи:
- а) побудовані за принципом подачі матеріалів, деталей та вузлів у виробничий процес по команді центральної системи управління;
 - б) спрямовані на випередження (по відношенню до попиту) формування товарних запасів на складах гуртових та роздрібних підприємств;
 - в) побудовані за принципом подачі матеріалів, деталей та вузлів з попередньої технологічної операції на наступну відповідно до замовлення ланки, яка виконує наступну операцію;
 - г) спрямовані на випередження стимулювання попиту в роздрібній торговельній ланці.
5. Не є обов'язковим параметром «тягнучої» системи організації виробництва:
- а) загальна комп'ютеризація виробництва;
 - б) висока дисципліна і дотримання параметрів постачань;
 - в) підвищена відповідальність персоналу всіх рівнів;
 - г) обмежене централізоване регулювання виробничих процесів.
6. До логістичних операцій належить:
- а) транспортування;
 - б) зберігання;
 - в) упакування вантажу;

г) всі відповіді правильні.

7. Логістика це:

а) наука про планування, керування і контроль за рухом матеріальних ресурсів, кадрів, енергоресурсів, інформації та інших потоків у різних системах».

б) один з нових наукових напрямів у теорії і практиці маркетингу,

в) наука, що характеризує раціональну організацію взаємодії постачання, виробництва, розподілу, транспортування і споживання готової продукції;

г) всі відповіді вірні.

8. Макрологістична система являє собою:

а) об'єднання всіх підприємств, організацій і виробничих систем за всіма галузями народного господарства;

б) рух матеріальних та інформаційних потоків у межах одного підприємства або виробничої системи;

в) сукупність функціональних підрозділів різноманітних підприємств та систем;

г) рух матеріальних та інформаційних потоків у межах декількох підприємств або виробничої системи.

9. Система мікрологістики це:

а) рух матеріальних та інформаційних потоків у межах одного підприємства або виробничої системи;

б) об'єднання всіх підприємств, організацій і виробничих систем за всіма галузями народного господарства;

в) сукупність функціональних підрозділів різноманітних підприємств та систем;

г) всі відповіді вірні.

10. У масштабі окремого підприємства логістичні витрати обчислюються у:

а) відсотках від суми продажу,

б) у вартісному вираженні, з розрахунку на одиницю маси сировини, матеріалів, готової продукції,

в) у відсотках від вартості чистої продукції;

г) всі відповіді вірні.

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

21.1 Сутність, структура і принципи організації виробничого процесу.

21.2 Типи і методи організації виробництва.

21.3 Форми організації виробництва.

Ключові терміни

- *виробничий процес*
- *виробничий цикл*
- *організація виробництва*
- *типи виробництва*
- *форми організації виробництва*

21.1 Сутність, структура і принципи організації виробничого процесу

Організація виробництва – це комплекс заходів, спрямованих на раціональне поєднання процесів праці з речовинними елементами виробництва в просторі й часі. Основною метою організації виробництва є підвищення ефективності виробництва, за рахунок досягнення поставлених завдань у найкоротший строк за найкращого використання виробничих ресурсів.

Організація виробництва пов'язана з розробкою, використанням і удосконаленням виробничих систем, на основі яких виробляється основна продукція або надаються послуги підприємствам. Її також можна розглядати як сукупність дій з планування, координації та виконання виробничо-технологічного циклу для створення продуктів і сервісу.

Організація виробництва охоплює всі складові виробничої системи, аспекти її виробничо-господарської діяльності та включає:

- організацію праці робітників підприємства;
- організацію виробничих процесів у часі і просторі;
- організацію допоміжних цехів і обслуговуючих господарств підприємства;
- організацію контролю якості продукції;
- організацію технічного нормування праці;
- організацію управління.

Виробничий процес – це сукупність взаємопов’язаних дій людей, засобів праці та природи, потрібних для виготовлення продукції. Основними елементами виробничого процесу є процес праці як свідома діяльність людини, предмети та засоби праці. Графічно це відображено на рис.21.1

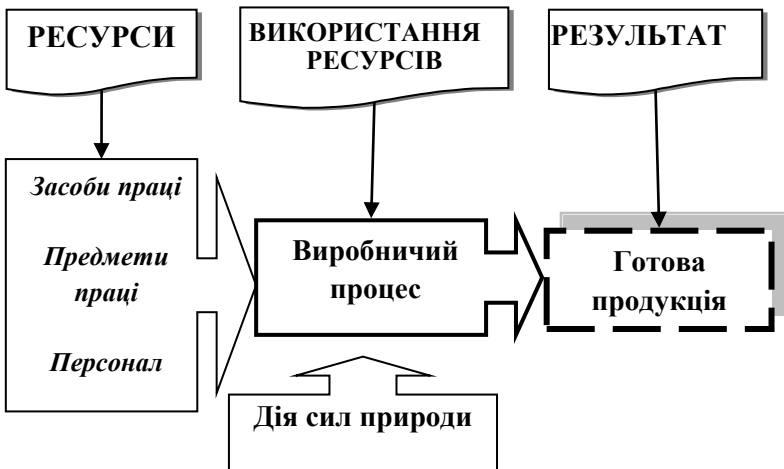


Рис. 21.1 Схема елементів виробничого процесу

В багатьох виробництвах використовуються природні процеси, які здійснюються під впливом сил природи

(біологічні, хімічні процеси, остидження деталей після термічної обробки тощо). Природні процеси потребують витрат часу і витрат ресурсів, останніх – тільки у випадку їх штучної інтенсифікації.

Будь-який виробничий процес складається з: підготовчої; виконавчої та заключної стадії, які роздроблюються на технологічні (виробничі) операції.

Операція – це закінчена частина виробничого процесу, яка виконується на одному робочому місці, над тим самим предметом праці без переналаджування устаткування.

На підприємствах здійснюються різноманітні виробничі процеси. Їх класифікують за наступними ознаками:

1. За призначенням виробничі процеси поділяються на:

- *основні процеси* – це процеси безпосереднього виготовлення основної продукції підприємства, які визначають його виробничий профіль, спеціалізацію. Всі процеси у ряді виробництв поділяються на стадії: обробку, випуск (складальну). Разом вони створюють основне виробництво.

- *допоміжні процеси* – процеси виготовлення продукції, які використовуються на самому підприємстві для забезпечення правильного протікання основних процесів. Вони групуються за їх призначенням, утворюючи допоміжні виробництва, як ремонтне, інструментальне, енергетичне та ін. господарства.

- *обслуговуючі процеси* забезпечують нормальні умови здійснення основних і допоміжних процесів. До них належать складські, транспортні процеси.

2. За перебігом у часі виробничі процеси поділяють на:

- *дискретні (перервні)* – характерні циклічністю, пов'язаною з виготовленням виробів певної форми, які обчислюються в штуках (машини, прилади, одяг-тощо);

- *безперервні* – процеси властиві виробництву продукції, яка не має сталого об'єму й форми (сипкі, рідкі та

газоподібні речовини), тому їхній перебіг не потребує технологічної циклічності.

3. *Залежно від стадії* виробничого циклу:

- *підготовчі* – процеси, що призначені для виконання операцій підготовки живої праці, предметів і засобів праці до перетворення предметів праці в корисний (кінцевий) продукт;
- *перетворювальні* – процеси, під час яких відбувається переробка предметів праці (в кінцевий продукт) за рахунок реалізації перетворюваної функції. Перетворення предметів праці здійснюється шляхом цілеспрямованої зміни форми, розмірів, зовнішнього вигляду, фізичних чи хімічних властивостей тощо;
- *кінцеві* – процеси (завершальної стадії), які полягають у підготовці результатів попереднього перетворення в кінцеву продукцію для подальшого споживання.

4. *За ступенем автоматизації* розрізняють:

- *ручні процеси* здійснюються безпосередньо робітником, фізична сила якого є основним джерелом енергії;
- *механізовані процеси* виконуються робітником за допомогою машин. Робітник керує машинами, а безпосередньо виконує тільки допоміжні операції;
- *автоматизовані процеси* виконуються машинами під наглядом робітника за попередньо розробленою програмою.

5. *Залежно від характеру впливу на предмети праці* виробничі процеси поділяються на:

- *підготовчі* – процеси, що включають операції з доставки заготовок, інструменту, оснащення та підготовки робочого місця до роботи;
- *технологічні* – процеси, що безпосередньо пов'язані із перетворенням ресурсів у готову продукцію;
- *процеси контролю* – передбачають виконання контрольно-вимірювальних операцій для досягнення відповідності продукції технічним та іншим умовам і вимогам;
- *процеси транспортування* і складування пов'язані з переміщенням і зберіганням продукції протягом усього

виробничого циклу, а також інтегрують виробничий процес в одне ціле та забезпечують узгодженість окремих операцій у часі.

Виробничий процес і окремі його операції повинні бути раціонально організовані у просторі і часі. Для цього слід дотримуватися певних **принципів** при проектуванні та організації виробничого процесу до яких належать:

- *принцип спеціалізації* означає обмеження різноманітності елементів виробничого процесу, зменшення номенклатури продукції, яка виготовляється на кожній ділянці підприємства, а також різновидів виробничих операцій, що виконується на робочих місцях.

Розрізняють наступні *види спеціалізації* на підприємстві:

- функціональна – допоміжні та обслуговуючі виробництва об'єднуються в окремі самостійні підрозділи та виконують певні функції;
- предметна – передбачає закріплення певної номенклатури виробів за окремими цехами;
- подетальна – полягає в закріпленні за певними підрозділами підприємства виготовлення технологічно однорідних деталей;
- технологічна – означає закріплення за кожним цехом та виробничою ділянкою певної частини виробничого процесу.

- *принцип пропорційності* вимагає, щоб у всіх частинах виробничого процесу та всій взаємопов'язаній системі підрозділів і машин була узгоджена пропускна спроможність, тобто однакова здатність виконання робіт і випуску продукції;

- *принцип паралельності* передбачає одночасне виконання окремих операцій і процесів. Паралельність досягається раціональним розчленуванням виробів на складові частини, суміщенням часу виконання різних операцій над ними, одночасним виготовленням різних виробів;

- *принцип прямоточності* означає, що предмети праці в процесі обробки повинні мати найкоротші маршрути по всіх стадіях і операціях виробничого процесу, без зустрічних і зворотних переміщень. Для дотримання цього принципу цехи, дільниці, робочі місця, наскільки це можливо, розташовують за ходом технологічного процесу. Допоміжні виробництва, служби, склади у свою чергу розміщують по можливості ближче до тих підрозділів, які вони обслуговують;

- *принцип безперервності* вимагає, щоб перерви між суміжними технологічними операціями були мінімальні або зовсім ліквідовані. Найбільшою мірою цей принцип реалізується у безперервних виробництвах – хімічному, металургійному, енергетичному та ін.;

- *принцип ритмічності* полягає в тому, що робота всіх підрозділів підприємства і випуск продукції повинні здійснюватися за певним ритмом, планомірною повторюваністю. При додержанні принципу ритмічності у рівні проміжки часу виготовляється однакова або рівномірно зростаюча кількість продукції, забезпечується рівномірне завантаження робочих місць. Ритмічна робота дозволяє найповніше використовувати виробничу потужність підприємства і його підрозділів;

- *принцип автоматичності* передбачає економічно обґрунтоване вивільнення людини від безпосередньої участі у виконанні операцій виробничого процесу. Особливо актуальна реалізація цього принципу у виробництвах з важкими і шкідливими умовами праці. Автоматизуються не тільки виробничі процеси, а й інші сфери діяльності людини, в тому числі управління;

- *принцип гнучкості* означає, що виробничий процес повинен оперативно адаптуватися до зміни організаційно-технічних умов, пов'язаних з переходом на виготовлення іншої продукції або її модифікацією. Гнучкість виробничого процесу дозволяє освоювати нову продукцію у короткий термін з меншими витратами за рахунок універсалізації

знарядь праці, засобів автоматизації та методів обробки, впровадженням верстатів з ЧПК, гнучких виробничих систем;

- *принцип стандартизації* вимагає, щоб виробнича система була здатною стабільно виконувати свої функції в межах допустимих відхилень. Це досягається створенням технічних і організаційних механізмів саморегулювання і стабілізації.

Розглянуті принципи раціональної організації виробничого процесу тісно між собою пов'язані, доповнюють один одного і різною мірою реалізуються на практиці в конкретних умовах. При проектуванні треба враховувати і вибирати оптимальні організаційно-технічні рішення за критерієм економічної ефективності.

Виробничий процес складається з циклів виробництва. **Виробничий цикл** - це календарний період часу, протягом якого виріб або партія виробів, що обробляються, проходять усі операції виробничого процесу або певної його частини і перетворюються в завершений продукт.

Інтервал календарного часу від початку першої виробничої операції до закінчення останньої називається *тривалістю виробничого циклу в часі*, яка вимірюється у днях, годинах, хвилинах залежно від виду виробу та стадії обробки.

Виробничий цикл включає:

- *Час виконання технологічних операцій* - основна складова виробничого циклу, яка необхідна для здійснення конкретних робочих операцій перетворення предмета праці в готову продукцію.

- *Підготовчо-завершальний час* - виділяється робітнику для ознайомлення із здаванням і для здачі готової продукції.

Тривалість операційного циклу складається з часу виконання технологічної операції та підготовчо-завершального часу, тобто тривалість операційного циклу - це час обробки однієї партії деталей на конкретній операції технологічного циклу.

Сукупність усіх складових виробничого процесу утворює його робочий період.

Частина *виробничого циклу* - це перерви, які складаються з міжопераційних (перерви між партіями, перерви очікування, перерви комплектування) і міжзмінних перерв (перерви на обід, вихідні та святкові дні, між змінами).

Тривалість виробничого циклу являє собою сукупність часу на: операційний цикл, проходження природних процесів, обслуговуючих процесів, між операційних та міжзмінних перерв.

Основною складовою виробничого циклу є тривалість технологічних операцій, яка становить технологічний цикл. Технологічний цикл обробки партії предметів на одній операції залежить від кількості предметів в партії, тривалості одного предмета та кількості робочих місць, на яких виконується операція.

При розрахунку тривалості технологічного циклу необхідно враховувати особливості пересування предметів праці за операціями. На підприємстві використовується один із таких *видів руху*:

- *послідовний* - обробка партії деталей на кожній наступній операції починається лише після того, коли вся партія пройде обробку на попередній операції.

- *паралельний* - кожний предмет праці після закінчення попередньої операції відразу передається на наступну операцію й обробляється. Деталі однієї партії обробляються паралельно на всіх операціях. Тобто передача предметів праці на кожну наступну операцію відбувається поштучно або транспортною партією відразу після обробки на попередній операції;

- *паралельно-послідовний (змішаний, суміщений) рух* - деталі передаються на наступну операцію у міру їх обробки на попередній операції поштучно або транспортною партією. Тобто, обробка деталей відбувається одночасно на багатьох операціях і починається на наступній операції ще до

закінчення обробки всієї партії на попередній, але за умови, щоб партія оброблялася на кожній операції безперервно.

21.2 Типи і методи організації виробництва

Тип виробництва визначається комплексною характеристикою технічних, організаційних та економічних особливостей виробництва, обумовлених широкою номенклатурою, регулярністю, стабільністю та обсягом випуску продукції.

Розрізняють три типи виробництва: одиничне, серійне, масове. Порівняльна характеристика типів виробництва надана в табл. 21.1.

Одиничне виробництво характеризується малим обсягом випуску однакових виробів, повторне виготовлення і ремонт яких, як правило, не передбачаються. Це виробництво має бути достатньо гнучким, ділянки оснащуються універсальним обладнанням і оснащенням, які забезпечують виготовлення деталей широкої номенклатури. Велика різноманітність робіт вимагає працю «робітників-універсалів» високої кваліфікації, практикується поєднання професій. Одиничний тип виробництва має певні *особливості*, які необхідно враховувати при проектуванні та організації виробництва.

Таблиця 21.1

Порівняльна характеристика типів виробництва

Порівнювальна ознака	Типи виробництва		
	одиничне	серійне	масове
<i>Номенклатура та обсяг випуску</i>	необмежена номенклатура, виготовлення продукції за замовленням	широка номенклатура, виготовлення продукції партіями	обмежена номенклатура, виготовлення продукції великими обсягами
<i>Повторність випуску продукції</i>	відсутня	періодична	постійна

<i>Закріплення операцій за робочими місцями</i>	відсутня	встановлюється обмежена кількість операцій	одна-дві операції на робочому місці
<i>Розташування обладнання</i>	за групами однорідних робочих місць	за групами для обробки конструктивно і технологічно однорідних деталей	за ходом технологічних процесів обробки
<i>Передача предметів праці за операціями</i>	послідовна	паралельно-послідовна	паралельна
<i>Форма організації виробництва</i>	технологічна	предметно-групова	прямолінійна

А саме:

- нераціональне використання матеріалів в технологічних процесах;
- можливість загрози безперебійному матеріально-технічному постачанню. Широка номенклатура продукції, що виготовляється створює труднощі в безперебійному постачанні, через що на підприємствах накопичуються великі запаси матеріалів, що заморожує оборотні кошти;
- обмежене застосування спеціального обладнання викликає збільшення витрат живої праці і призводить до порівняно низької його продуктивності, це зумовлює тривалий за часом виробничий цикл виготовлення готової продукції;
- у процесі виробництва одночасно перебуває велика кількість різноманітних виробів, що, природно, ускладнює оперативне керівництво виробничими процесами і призводить до його децентралізації;
- витрати на розробку детального (поопераційного) технологічного процесу економічно не виправдовуються,

оскільки виконувати замовлення можуть не повторюватися.

Серійне виробництво характеризується значно більшим масштабом виробленої продукції, обмеженою номенклатурою деталей, більш глибокою спеціалізацією і механізацією виробництва, використанням та універсального і спеціального устаткування. При проектуванні технологічних процесів передбачають порядок виконання та оснащення кожної операції. Цехи, як правило, мають у своєму складі предметно-замкнуті ділянки, устаткування на яких розташовуються по ходу типового технологічного процесу. В результаті виникають порівняно прості зв'язки між робочими місцями. Серійний тип виробництва має свої *особливості*:

- обробка партії деталей здійснюється паралельно на декількох верстатах, що виконують наступні один за одним операції, за рахунок цього стає можливою паралельно-послідовна організація виробничого процесу;

- існує злагодженість у часі послідовної передачі деталей з одного робочого місця на інше, що зменшує їх злежування і тим самим скорочується тривалість виробничого циклу;

- економічно доцільно більш детально розробляти техніко-технологічні процеси з урахуванням технологічних методів здійснення кожної операції – режиму обробки, способу контролю;

- характерні більш висока продуктивність, значно менші, ніж в одиничному, тривалість виробничого циклу, обсяги незавершеного виробництва, трудомісткість і собівартість виготовлення виробів.

Масове виробництво відрізняється найглибшою спеціалізацією і характеризується виготовленням обмеженої номенклатури деталей у великих кількостях. Цехи масового виробництва оснащуються найбільш досконалим устаткуванням, що дозволяє майже повністю автоматизувати

виготовлення деталей. Великого поширення набули тут автоматичні потокові лінії.

Технологічні процеси обробки і виготовлення деталей розробляються більш ретельно. За кожним верстатом закріплюється відносно невелика кількість операцій, що забезпечує найбільш повне завантаження робочих місць. Устаткування розташовується ланцюжком по ходу технологічного процесу окремих деталей. Робочі спеціалізуються на виконанні однієї-двох операцій. Деталі з операції на операцію передаються поштучно.

В умовах масового виробництва зростає значення ритмічності виробництва.

Ритмічність виробництва - це випуск продукції рівними або зростаючими партіями в однакові проміжки часу (за місяць, декаду, добу, годину). Масове виробництво забезпечує найбільш повне використання обладнання, високий загальний рівень продуктивності праці, найнижчу собівартість виготовлення продукції.

Методи організації виробництва являють собою сукупність способів, прийомів і правил раціонального поєднання основних елементів виробничого процесу в просторі і в часі.

Існують наступні *методи організації виробництва*:

1. *Метод організації індивідуального виробництва* (непотокове виробництво) використовується в умовах одиничного випуску продукції або виробництва її малими серіями і передбачає:

- відсутність спеціалізації на робочих місцях;
- застосування широкоуніверсального обладнання, розташування його групами за функціональним призначенням;
- послідовне переміщення деталей з операції на операцію партіями.

Умови обслуговування робочих місць відрізняються тим, що робочі майже постійно користуються одним набором інструментів і невеликою кількістю універсальних

приспособувань, що потребує періодичної заміни зношеного інструменту.

Особливості організації і обслуговування робочих місць полягають в наступному: наладка верстата перед початком роботи, а також установка інструменту на робочих місцях здійснюється самими робітниками, при цьому робочі місця повинні бути оснащені всім необхідним для забезпечення безперервної роботи; транспортування деталей повинно здійснюватись без затримок, на робочих місцях не повинно бути зайвого запасу заготовок.

Для індивідуального виробництва характерно планування ділянок по видах робіт. У цьому випадку створюються ділянки однорідних операцій: токарні, фрезерні та ін. Послідовність розташування ділянок на площі цеху визначається маршрутом обробки більшості типів деталей. Планування повинно забезпечувати переміщення деталей на малі відстані і тільки в напрямку, який веде до завершення виготовлення виробу.

2. Метод поточкового виробництва – прогресивний метод організації виробництва, використовується в серійному і масовому виробництві, при якому забезпечується суворо узгоджене виконання всіх операцій технологічного процесу в часі (синхронність) і переміщення предметів праці по робочих місцях відповідно до встановленого ритмом випуску виробів. Передача предметів праці з операції на операцію здійснюється поштучно або дрібними партіями відразу ж після закінчення обробки; передбачає детальну проробку організації технічного обслуговування робочих місць.

Потоковий метод організації можна застосовувати при дотриманні наступних умов:

- наявність виробів одного найменування або конструктивного ряду;
- обсяг випуску продукції достатньо великий і не змінюється протягом тривалого періоду часу;
- конструкція виробу технологічна, окремі вузли і деталі транспортабельні, вироби можна ділити на конструктивно-

складальні одиниці, що важливо для організації потоку на збірці;

- витрати часу по операціях можуть бути встановлені з достатньою точністю, синхронізовані і зведені до єдиної величини;
- забезпечується безперервна подача до робочих місць матеріалів, деталей, складальних вузлів;
- можливе повне завантаження обладнання.

Ефективність потокового виробництва пояснюється його техніко-економічними *особливостями*:

- спеціалізація робочих створює передумови для значного підвищення продуктивності праці;
- впровадження спеціальних верстатів, оснащення та інструменту також сприяє підвищенню продуктивності праці;
- необхідність постійного підтримання ритму потоку диктує організоване постачання робочих місць матеріальними ресурсами, що різко скорочує втрати робочого часу;
- безперервність виробничого процесу в умовах потокової роботи значно скорочує злежування проміжної продукції, істотно знижує тривалість виробничого циклу і величину оборотних коштів.

21.3 Форми організації виробництва

До найбільш відомих і широко поширених у сучасних умовах господарювання формам організації виробництва відносяться спеціалізація, концентрація, комбінування і диверсифікація.

Спеціалізація – форма організації виробництва передбачає зосередження на одному підприємстві (в його структурних підрозділах) випуску однотипної продукції. Спеціалізація базується на принципі поділу праці і концентрації однорідного виробництва в масштабах всього підприємства (цеху, дільниці). У масштабах одного підприємства розрізняють наступні види спеціалізації:

- *предметна спеціалізація* – це зосередження випуску на одному підприємстві однотипної готової продукції;
- *подетальна спеціалізація* передбачає організацію виробництва на підприємстві в цілому (і в окремому його виробничому підрозділі) окремих деталей, вузлів або частин готової продукції;
- *технологічна спеціалізація* заснована на виконанні в масштабах підприємства (цеху, дільниці) певних операцій або стадій виробничого процесу.

У практиці виробничої діяльності великих підприємств здійснюється поєднання всіх видів спеціалізацій: заготівельні цехи побудовані за технологічною ознакою спеціалізації, оброблювальні – за детальною, а складальні – за предметною.

Передумовою розвитку спеціалізації виробничих процесів виступають фактори:

- можливість підвищення рівня механізації та автоматизації виробничих процесів;
- підвищення якості виготовленої на спеціалізованих виробництвах продукції;
- досягнення більш високих показників економічної ефективності виробництва однакових виробів за рахунок скорочення поточних витрат виробництва і в результаті збільшення суми прибутку.

Концентрація – форма організації виробництва, яка передбачає процес зосередження випуску однойменної продукції на великих підприємствах. Рівень концентрації залежить від розмірів одиничної потужності основного технологічного устаткування, числа функціонуючих однотипних технологічних «ланцюжків» і режиму роботи підприємства.

Процес укрупнення і об'єднання здійснюється на основі таких видів концентрації:

- *агрегатна концентрація* припускає збільшення одиничної потужності технологічного обладнання. Вона досягається переважно інтенсивним шляхом, тобто

застосуванням більш досконалих, з підвищеною одиничною потужністю машин, апаратів, агрегатів;

- *технологічна концентрація* виявляється у збільшенні обсягів виробництва продукції, що досягається шляхом розширення масштабів її випуску на основі збільшення якості однотипного устаткування, а також за рахунок якісного вдосконалення використовуваної техніки (в тому числі і агрегатної концентрації). Рівень технологічної концентрації визначається як інтенсивними, так і екстенсивними факторами;

- *заводська концентрація* – це укрупнення підприємств, здійснюване як за рахунок технологічної концентрації, що забезпечує збільшення числа однотипних виробництв (розширення підприємств), так і внаслідок об'єднання кількох споріднених за профілем виробництва підприємств в одне, без істотних змін у технології та організації виробництва;

- *організаційно-господарська концентрація* – виражається у створенні виробничих об'єднань і холдингів, тобто на основі інтеграції підприємств. При цьому об'єднання підприємств здійснитися як шляхом горизонтальної, так і за рахунок вертикальної інтеграції. Горизонтальна інтеграція – це злиття двох і більше підприємств, що випускають однорідну продукцію, що є по суті конкурентами на ринку. Основна мета такої концентрації – розширення власної ніші ринку і витіснення з нього підприємств-конкурентів. Вертикальна інтеграція, забезпечує підвищення концентрації виробництва, припускає об'єднання декількох різногалузевих підприємств і по суті своїй є самостійною формою організації виробництва, тобто комбінуванням.

Позитивними факторами укрупнення підприємств є:

- скорочення витрат виробництва за рахунок скорочення питомих постійних витрат;
- можливість здійснювати науково-дослідну, проектно-конструкторську та іншу інноваційну діяльність по

розвитку і підвищенню економічної ефективності виробництва;

- більш широкі можливості безпеки виробництва, в тому числі і в результаті розширення процесів використання утворюючих відходів виробництва.

Разом з тим укрупнення підприємств може викликати за собою і певні недоліки, основними з яких є:

- ускладнення процесу управління підприємством;
- збільшення витрат на транспортування матеріально-сировинних ресурсів і готової продукції у разі горизонтальної інтеграції підприємств;
- виникнення реальних можливостей монополізації виробництва.

Кооперування – форма організації виробництва, яка передбачає формування виробничих зв'язків між підприємствами, цехами або ділянками, що займаються виготовленням одного і того ж виду продукції. Кооперовані процеси всередині одного підприємства виражаються у передачі напівфабрикатів або комплектуючих виробів для подальшої їх переробки з одного основного цеху в інший, у виконанні певних послуг або робіт допоміжних виробництв для потреб основних цехів.

При внутрішньогалузевій кооперації (за аналогією з видами спеціалізації) застосовують такі форми кооперування виробництв:

- *агрегатна (предметна) кооперація* проявляється в процесі виробництва складної продукції, випуск якої здійснюється на головному підприємстві на основі придбання від інших підприємств-постачальників різних деталей і комплектуючих виробів, необхідних для комплектування профільної продукції даного підприємства;

- *предметна кооперація* – це поставка головному, випускаючому готову продукцію підприємству необхідних для комплектації кінцевої продукції окремих агрегатів: моторів, електродвигунів, електрогенераторів, компресорів, насосів та ін.

- *стадійне кооперування* – це такий вид виробничих зв'язків, який характеризується поставками одних підприємств іншим певних напівфабрикатів (поковок, штамповок, відливок) або здійсненням окремих технологічних операцій, виконанням певних робіт або наданням тих чи інших послуг.

При кооперації між підприємствами найважливішими способами встановлення зв'язків служать: розробка та реалізація спільних програм, укладання договорів по спеціалізації виробництва, а також створення спільних підприємств з виробництва необхідних виробів. Реалізація спільних програм може здійснюватися двома напрямками:

- *підрядне кооперування* виражається в укладанні угоди (договору) між двома підприємствами, одне з яких доручає (замовник) іншому (підряднику, виконавцю) виконання певного обсягу робіт або надання послуг відповідно до обумовленими договором вимогам щодо термінів, обсягів і якості;

- *виробниче кооперування* (спільне виробництво) направлено на розмежування виробничих програм учасників такої кооперації. Договірні сторони укладають належну угоду, відповідно до якої вони усувають або скорочують дублювання виробництва (випуск одного й того ж виду продукції) з метою зменшення або ліквідації конкуренції на ринку між собою. Підсумком виробничого кооперування виступає створення виробничих спільних підприємств, яке отримало назву інтегрована кооперація. В даному випадку відбувається об'єднання декількох підприємств в єдину організаційно-правову форму для досягнень у процесі спільної діяльності узгоджених між собою цілей.

Комбінування – форма організації виробництва, яка передбачає з'єднання в масштабах одного підприємства виробництво різних видів продукції, що відносяться нерідко до різних галузей промисловості, але тісно технологічно-пов'язаних спеціалізованих виробництв. Найбільш характерними галузями промисловості, де провідною

формою організації виробництва служить комбінування, є чорна та кольорова металургія, хімічна, нафтохімічна, деревообробна та інші галузі.

До основних напрямків реалізації даної форми організації і формулювання так званих виробничих комбінатів відносять:

- комбінування на основі поєднання послідовних стадій переробки вихідної сировини, тобто шляхом подовження технологічного ланцюжка;

- комбінування на основі організації виробництва по більш повної і глибокої переробки комплексної сировини, тобто шляхом організації комплексного використання вихідних матеріально-сировинних ресурсів;

- комбінування на основі утилізації відходів виробництва, тобто шляхом організації виробництва різних видів продукції з використанням відходів в процесі випуску цільової продукції.

Найбільш типовими і характерними ознаками комбінування, що забезпечують підвищення ефективності виробництва, є:

- безперервність переходу предметів праці від одного технологічного процесу до іншого;

- спільність допоміжних і обслуговуючих виробництв;

- єдність енергетичної системи;

- просторова єдність, що забезпечується розташуванням, як правило, всіх виробництв на одному виробничому майданчику;

- наявність досить тісних техніко-технологічних та економічних зв'язків між виробництвами;

- єдине управління.

Оцінку рівня комбінування в тій чи іншій галузі промисловості можна зробити за допомогою таких показників, як:

- частка продукції, виробленої на комбінованих підприємствах, в загальному обсязі її виробництва в даній галузі;

• показник матеріаловіддачі, обумовлений відношенням обсягу виробництва товарної (реалізованої) продукції з одиниці первинної сировини (наприклад, з тонни сирової нафти, з тонни поліметалічних руд, з одного кубічного метра деревини і т.д.);

• коефіцієнт комбінування, що представляє собою відношення валового обороту до обсягу валової продукції.

Диверсифікація – означає розширення сфер діяльності підприємства, розширення номенклатури виробленої спеціалізованими (монопольними) підприємствами продукції. Диверсифікація пов'язана з процесом концентрації на міжгалузевому рівні, внаслідок чого монополістичні об'єднання перетворюються в багатогалузеві комплекси, внутрішні підрозділи якої, як правило, не пов'язані між собою технологічно. Таким чином, диверсифікація завжди пов'язана з проникненням окремих підприємств в галузі, які не мають прямого виробничого зв'язку або функціональної залежності від основної діяльності.



ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Сутність та структура організації виробництва.
2. Поняття та елементи виробничого процесу.
3. Класифікація різновидів виробничого процесу.
4. Наукові принципи організації виробничого процесу.
5. Характеристика типів виробництва підприємства.
6. Особливості одиничного виробництва.
7. Характеристика серійного виробництва.
8. Особливості масового виробництва.
9. Форми організації виробництва, їх особливості.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Вплив типу виробництва на методи організації та виробничо-організаційну структуру.
2. Перспективи застосування різних методів організації виробництва на підприємствах України.
3. Ефективність деконцентрації виробництва як форми малого і середнього бізнесу.
4. Диверсифікація виробництва – стратегія розширення присутності підприємства на ринку.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Організація виробництва це:
 - а) комплекс заходів, спрямованих на раціональне поєднання процесів праці з речовинними елементами виробництва в просторі й часі;
 - б) планування всіх матеріальних і трудових елементів виробництва з метою досягнення виробничого результату;
 - в) сукупність цілеспрямованих процесів, що здійснюються людьми за допомогою засобів праці та природних процесів, у результаті яких предмети праці змінюють свій склад;
 - г) вірна відповідь відсутня.
2. Функціональна спеціалізація передбачає:
 - а) об'єднання допоміжних та обслуговуючих виробництв в окремі самостійні підрозділи та виконують певні функції;
 - б) закріплення певної номенклатури виробів за окремими цехами;
 - в) закріплення за певними підрозділами підприємства виготовлення технологічно однорідних деталей;
 - г) закріплення за кожним цехом та виробничою дільницею певної частини виробничого процесу.
3. Предметна спеціалізація передбачає:
 - а) закріплення певної номенклатури виробів за окремими цехами;

- б) об'єднання допоміжних та обслуговуючих виробництв в окремі самостійні підрозділи та виконують певні функції;
 - в) закріплення за кожним цехом та виробничою дільницею певної частини виробничого процесу;
 - г) закріплення за певними підрозділами підприємства виготовлення технологічно однорідних деталей.
4. Одночасне виконання окремих операцій і процесів передбачає принцип організації виробництва:
- а) паралельності;
 - б) прямо точності;
 - в) пропорційності;
 - г) безперервності.
5. Скорочення часу перерв між суміжними технологічними операціями при виробництві конкретних виробів, вибір оптимального виду руху предметів праці у виробництві передбачає принцип організації виробництва:
- а) безперервності;
 - б) ритмічності;
 - в) паралельності;
 - г) гнучкості.
6. Процеси виготовлення продукції, які використовуються на самому підприємстві для забезпечення правильного протікання основних процесів називають:
- а) допоміжними;
 - б) обслуговуючими;
 - в) підготовчими;
 - г) попередніми.
7. Процеси, що призначені для виконання операцій підготовки живої праці, предметів і засобів праці до перетворення предметів праці в корисний (кінцевий) продукт називають:
- а) підготовчий;
 - б) контролю;
 - в) кінцевий;
 - г) ревізійний.
8. Одиначний тип виробництва характеризується:

- а) широкою номенклатурою продукції; виготовленням виробів в одиничних примірниках або малими серіями; застосуванням універсального устаткування; групуванням робочих місць за принципом технологічно однорідних операцій; високою кваліфікацією працівників;
- б) виготовленням виробів партіями, робочі місця розміщуються за ходом технологічного процесу обробки виробів; робочі місця спеціалізуються на виконанні однієї будь-якої операції; технологічний процес розробляється детально;
- в) виготовленням виробів партіями, які періодично повторюються; обмеженою номенклатурою виготовлених виробів; застосуванням універсального і спеціалізованого устаткування;
- г) великим обсягом виробництва; застосовується спеціалізоване і спеціальне устаткування, пристрої та інструменти; робочі місця розміщуються за ходом технологічного процесу обробки виробів (предметний принцип); робочі місця спеціалізуються на виконанні однієї будь-якої операції.

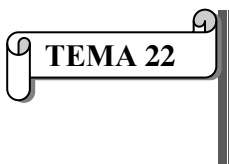
9. Серійний тип виробництва характеризується:

- а) виготовленням виробів партіями, які періодично повторюються; обмеженою номенклатурою виготовлених виробів; застосуванням універсального і спеціалізованого устаткування; групуванням робочих місць за технологічним і предметним принципами;
- б) широкою номенклатурою продукції; виготовленням виробів в одиничних примірниках або малими серіями; застосуванням універсального устаткування;
- в) групуванням робочих місць за принципом технологічно однорідних операцій; відсутністю закріплення певних операцій за окремими працівниками; високою кваліфікацією працівників,
- г) великим обсягом виробництва; застосовується спеціалізоване і спеціальне устаткування, пристрої та інструменти; робочі місця розміщуються за ходом

технологічного процесу обробки виробів (предметний принцип).

10. Предметна спеціалізація характеризується:

- а) на виробництві окремих деталей, вузлів і агрегатів;
- б) на виконанні лише окремих стадій технологічного процесу (прядильна фабрика, ливарні, складальні виробництва в машинобудуванні);
- в) на виробництві окремих видів продукції відповідно до певних природно-економічних умов;
- г) випуском готової продукції (тракторів, автомобілів, літаків і т.п.).



СИСТЕМА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТО- СПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ (ПОСЛУГ)

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

- 22.1 Якість продукції (послуг) як економічна категорія. Показники та методи її оцінювання.
- 22.2 Конкурентоспроможність продукції підприємства.
- 22.3 Стандартизація та сертифікація продукції.
- 22.4 Державний нагляд за якістю та внутрішньовиробничий технічний контроль.



- *якість*
- *конкурентоспроможність*
- *стандартизація*
- *сертифікація*
- *державний нагляд*
- *технічний контроль*

22.1 Якість продукції (послуг) як економічна категорія. Показники та методи її оцінювання

Якість продукції – це сукупність властивостей продукції, які зумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення.

Якість визначається мірою співвідношення товарів, робіт, послуг до умов та вимог стандартів, договорів, контрактів, запитів споживачів. Прийнято розрізняти якість продукції, роботи, праці, матеріалів, товарів, послуг.

Якість продукції – це економічна категорія, тому що вона належить до найважливіших понять економічної науки, яка відображає істотні сторони економічних явищ та процесів. Це пов'язано з тим, що в сучасному світі діяльність

будь-якого підприємства, його непохитне становище на ринку товарів і послуг визначається рівнем конкурентоспроможності.

Поняття «якість» в економічній літературі визначається як ступінь відповідності виробу встановленим стандартам і технічним умовам, що дозволяють задовольнити конкретну потребу у витратах, тобто якість відображає здатність виробу виконувати задану функцію.

Якість як економічна категорія – це суспільна оцінка, що характеризує ступінь задоволення потреб у конкретних умовах споживання тієї сукупності властивостей, що явно виражені або потенційно закладені в товар. Якість товару забезпечується па всіх етапах його створення: вивчення вимог споживача, проектування, виробництва, експлуатації.

Якість продукції не обмежується тільки однією властивістю, це сукупність властивостей. Властивості продукції кількісно виражаються *показниками якості*. Розглянемо їх класифікацію.

Показники призначення – характеризують корисний ефект від використання продукції за призначенням і обумовлюють сферу її використання.

Показники надійності – безвідмовність, збереження, ремонтпридатність, а також довговічність виробу. Для деяких виробів, які пов'язані з безпекою людини, безвідмовність може бути основним, а інколи і єдиним показником надійності. Збереження відіграє важливу роль для харчової промисловості. Ремонтпридатність визначає такі показники: середня вартість технічного обслуговування, імовірність виконання ремонту у визначений час. Довговічність визначається розміром витрат на підтримання виробу в працездатному стані.

Показники технологічності характеризують ефективність конструкторсько-технологічних рішень щодо забезпечення високої продуктивності праці при виготовленні та ремонті продукції.

Показники стандартизації та уніфікації – це насиченість продукції стандартними, уніфікованими та оригінальними складовими частинами, а також рівень уніфікації порівняно з іншими виробами. Усі деталі виробу поділяються на стандартні, уніфіковані та оригінальні. Чим менше оригінальних деталей, тим краще як для виробника продукції, так і для споживача.

Ергономічні показники відображають взаємодію людини з виробом і комплекс гігієнічних, антропометричних, фізіологічних і психологічних властивостей людини, які проявляються при користуванні виробом. Це можуть бути зусилля, які потрібні для керування трактором, місцезнаходження ручок у холодильника, кондиціонера в кабіні баштового крана або місцезнаходження керма у велосипеда, освітлення, температура, вологість і т. п.

Естетичні показники характеризують інформаційну виразність, раціональність форми, цілісність композиції, довершеність виконання і стабільність товарного вигляду виробу.

Показники транспортабельності виражають пристосованість продукції до транспортування.

Патентно-правові показники характеризують патентний захист і патентну чистоту продукції і є істотним фактором щодо визначення конкурентоспроможності.

Екологічні показники – це рівень шкідливих взаємодій з навколишнім середовищем, які виникають при експлуатації чи споживанні продукції, наприклад, вміст шкідливих домішок, імовірність викидів шкідливих часток, газів, випромінювання при зберіганні, транспортуванні та експлуатації продукції.

Показники безпеки характеризують особливості продукції для безпеки покупця і обслуговуючого персоналу, тобто забезпечення безпеки при монтажу, обслуговуванні, ремонті, зберіганні, транспортуванні, споживанні продукції.

Сукупність перерахованих показників формулює **рівень якості продукції** – кількісну характеристику міри

придатності того чи іншого виду продукції для задоволення конкретного попиту на неї.

Але, крім усіх цих показників, велике значення має і ціна виробу. Саме з ціною пов'язане питання економічно-оптимальної якості, або економічно-раціональної якості. Покупець, придбавши вироби, завжди співвідносить ціну виробу з набором властивостей, якими він володіє. Крім ціни, важливими є і експлуатаційні характеристики виробу, тому що вони впливають на витрати при експлуатації та ремонті, але, якщо товар характеризується тривалим строком служби, ці витрати цілком порівнянні з ціною виробу, а в деяких випадках і істотно перебільшують ціну продажу виробу.

Для визначення рівня якості виробів, що виготовляються (освоюються) виробництвом, застосовують кілька **методів**: об'єктивний, органолептичний, диференційований, комплексний.

Об'єктивний метод полягає в оцінюванні рівня якості продукції за допомогою стендових випробувань та контрольних вимірювань, а також лабораторного аналізу. Такий метод дає найбільш вірогідні результати і застосовується для вимірювання абсолютного рівня якості засобів виробництва та деяких властивостей споживчих товарів. Зокрема ним користуються для визначення більшості техніко-експлуатаційних показників: засобів праці – продуктивність, потужність, точність обробки матеріалів; предметів праці – вміст металу в руді, міцність фарбування тканини; споживчих товарів – еластичність та вологостійкість взуття, вміст цукру або жиру в харчових продуктах тощо.

Органолептичний метод ґрунтується на сприйманні властивостей продукту з допомогою органів чуття людини (зір, слух, смак, нюх, дотик) без застосування технічних вимірювальних та реєстраційних засобів. Користуючись цим методом, застосовують балову систему оцінки показників якості, виходячи зі стандартного переліку ознак (властивостей), які найповніше охоплюють основні якісні характеристики виробу.

Диференційований метод оцінки рівня якості передбачає порівнювання одиничних показників виробів із відповідними показниками виробів-еталонів або базовими показниками стандартів (технічних умов). Оцінка рівня якості за цим методом полягає в обчисленні значень відносних показників, які порівнюються з еталонними (стандартними), що їх беруть за одиницю.

Комплексний метод полягає у визначенні узагальнюючого показника якості оцінюваного виробу. Одним з таких може бути інтегральний показник, який обчислюється через порівнювання корисного ефекту від споживання (експлуатації) певного виробу і загальної величини витрат на його створення й використання. Іноді для комплексної оцінки якості застосовують середньозважену арифметичну величину з використанням за її обчислення коефіцієнтів вагомості всіх розрахункових показників.

Залежно від джерела інформації методи розрахунку показників якості продукції поділяються на традиційні, експертні та соціологічні.

За *традиційного методу* показники якості визначають спеціалісти лабораторій, конструкторських відділів, обчислювальних центрів тощо шляхом випробування виробів.

За *експертного методу* показники якості визначають групи спеціалістів-експертів, які, як правило, використовують експертний метод одержання інформації про якість продукції. До цього методу вдаються також тоді, коли показники якості неможливо отримати іншими, об'єктивнішими методами.

За *соціологічного методу* показники якості визначають, вивчаючи попит фактичних або потенційних споживачів продукції за допомогою усних опитувань або спеціальних анкет.

У разі потреби показники якості знаходять, використовуючи одночасно кілька розглянутих методів.

Визначення показників якості, а також базових і відносних показників є однією з найважливіших операцій оцінювання рівня якості продукції і, як правило, потребує використання *статистичних методів*.

22.2 Конкурентоспроможність продукції підприємства

Конкурентоспроможність продукції – це здатність продукції відповідати вимогам конкурентного ринку, запитам покупців порівняно з іншими аналогічними товарами, представленими на ринку. Конкурентоспроможність визначається, з одного боку, якістю товару, його технічним рівнем, споживчими властивостями, а з іншого – цінами, встановленими продавцем товарів. Крім того, на конкурентоспроможність впливає мода, сервіс під час продажу і після нього, реклама, імідж виробника, ситуація на ринку, коливання попиту.

Інакше кажучи, під *конкурентоспроможністю* розуміється комплекс споживчих і вартісних (цінових) характеристик товару, які визначають його успіх на ринку, тобто переваги цього товару порівняно з іншими пропозиціями конкурентних товарів-аналогів. Оскільки за товарами стоять їхні виробники, то можна впевнено говорити про конкурентоспроможність відповідних підприємств, об'єднань, фірм, а також країн, у яких вони базуються.

В умовах переходу України до відкритої ринкової економіки боротьба за споживача на внутрішньому і зовнішньому ринках потребує створення і виробництва дійсно конкурентоспроможних товарів. У зв'язку з цим виникає проблема пошуку економічно раціональних рівнів конкурентоспроможності товарів і витрат на їх досягнення.

В умовах конкурентного ринку діяльність будь-якої господарської одиниці обов'язково підлягає подвійному контролю. Зовнішній контроль проводиться конкурентами, але не безпосередньо, а через якісні результати ринкової діяльності. Об'єктивну оцінку цієї діяльності дають врешті-

решт покупці (споживачі). *Конкуренція* – найефективніший і найдешевший метод економічного контролю, який не має собі рівних. Такого роду контроль коштує суспільству мінімальних витрат, він не тільки створює умови для забезпечення покупця товарами необхідної якості, а й сприяє виконанню цього у визначений строк. Це важлива динамічна сила, яка постійно підштовхує виробника до скорочення витрат виробництва та зниження цін, розширення виробництва та збуту, до боротьби за покупця, за покращення якості продукції.

Таким чином, вже сам по собі ринковий фактор слугує дійовим засобом, який примушує виробляти товари необхідного рівня якості у певний термін часу. Але цим не вичерпується роль конкурентного ринку. Він дуже сильно впливає на конкретні економічні, організаційно-управлінські та контрольні функції виробників, які направлені на вирішення проблем якості та конкурентоспроможності. Розвиток ринку і підвищення його вимог до товарів, посилення на ньому ролі покупців, зростання ролі науково-технічного фактора – все це змушує вдосконалювати форми та методи вирішення проблем якості та конкурентоспроможності, механізму управління якістю.

Існує тісний взаємозв'язок між поняттями конкурентоспроможність і якість продукції, конкурентоспроможність і технічний рівень, але ставити знак рівності між першими поняттями і двома іншими неправомірно.

У ринковій економіці вирішальним чинником комерційного успіху товару є конкурентоспроможність. Це багатоаспектне поняття, що означає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не тільки за своїми якісними, технічними, економічними, естетичними характеристиками, а й за комерційними і іншими умовами його реалізації (ціна, терміни поставки, канали збуту, сервіс, реклама). Більше того, важливою складовою частиною

конкурентоспроможності товару є рівень витрат споживача за період його експлуатації.

Конкурентоспроможним є той товар, комплекс споживчих і вартісних характеристик якого визначає його успіх на ринку, тобто здатність даного товару бути обмінним на гроші в умовах широкої пропозиції до обміну інших конкуруючих товарів-аналогів.

Всі фактори, що впливають на конкурентоспроможність, можна розподілити на дві великі групи: зовнішні та внутрішні.

Зовнішні фактори – це ті, на які підприємство впливати не може і в своїй політиці повинно сприймати їх як дещо незмінне. До них відносяться:

- Діяльність державних владних структур (фіскальна та кредитно-грошова політика, законодавство).

- Господарська кон'юнктура. Вона включає кон'юнктуру ринків сировинних та матеріальних ресурсів, ринків трудових ресурсів, ринків засобів виробництва, ринків фінансових ресурсів.

- Розвиток родинних та підтримуючих галузей. Йдеться про розвиток нових технологій (ресурсозберігаючих, технологій глибокої переробки), нових матеріалів та джерел енергії. Впровадження їх у виробництво підвищує науковий та виробничий потенціал підприємства.

- Параметри попиту. Вони включають зростання попиту на товари, що виробляються підприємством, його стабільність і дають можливість підприємству отримувати високий прибуток, а також закріпити своє положення на ринку.

Нестабільний попит, зміна вимог покупця до якості продукції підприємства, зниження покупної можливості населення не створюють умов для забезпечення певної конкурентоспроможності підприємства.

До **внутрішніх факторів** належать:

- Діяльність керівництва та апарату управління підприємства (організаційна та виробнича структури

управління, професійний та кваліфікований рівень керуючих кадрів і т. д.).

- Система технологічного оснащення. Оновлення устаткування та технологій, тобто заміна їх на більш прогресивні, забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємства, підсилює внутрішню гнучкість виробництва.

- Сировина, матеріали і напівфабрикати. Якість сировини, комплектність її перероблення та величина відходів серйозно впливають на конкурентоспроможність підприємства. Зменшення виходу готової продукції з сировини (це особливо характерно для харчової промисловості). Некомплексне її перероблення призводить до збільшення витрат виробництва, а значить, до зменшення прибутку, через що не можна розширити виробництво. Внаслідок цього знижується конкурентоспроможність. І навпаки, поліпшення використання сировини, її комплексна переробка знижують витрати виробництва, а значить, підвищують конкурентоспроможність.

- Збут продукції: його об'єм та витрати реалізації. Цей фактор суттєво впливає на підвищення конкурентоспроможності підприємства: можна досягти непоганих результатів у виробництві, випускаючи продукцію вищої якості і відносно невисокої собівартості, але все буде зведене нанівець через непродуману збутову політику. Тому підприємство намагається здійснити ефективний збут за рахунок продажі продукції, необхідної ринку, стимулювання збільшення об'ємів продаж, завойовуючи нові ринки збуту. Все це робиться, з одного боку, на основі формування «свого» покупця, проведення ефективної ціпової політики і т. п., а з іншого – шляхом ефективного забезпечення сировиною, необхідними матеріалами та устаткуванням за доступними цінами.

Беручи загалом, для визначення конкурентоспроможності продукції необхідно знати:

- конкретні вимоги потенційних покупців (споживачів) до пропонованого на ринку товару;
- можливі розміри та динаміку попиту на продукцію;
- розрахунковий рівень ринкової ціни товару;
- очікуваний рівень конкуренції на ринку відповідних товарів;
- визначальні параметри продукції основних конкурентів;
- найбільш перспективні ринки для відповідного товару та етапи закріплення на них;
- термін окупності сукупних витрат, зв'язаних із проектуванням, продукуванням і просуванням на ринок нового товару.

Оцінку конкурентоспроможності можна провести, розрахувавши *коефіцієнт конкурентоспроможності*, який визначається за формулою:

$$K_k = \frac{I_{ТП}}{I_{ЕП}}, \quad (22.1)$$

де $I_{ТП} = \sum a_i g_i$ – індекс технічних параметрів;

a_i – коефіцієнт вагомості i -го параметру;

g_i – відношення i -го технічного параметру товару до аналогічного параметру товару-конкурента;

$I_{ЕП} = \sum e_i$ – індекс економічних параметрів;

e_i – відношення i -го економічного параметру товару до аналогічного параметру товару-конкурента.

В економічній літературі пропонується розрізняти чотири основні *рівні конкурентоспроможності підприємства*.

Перший рівень – дбають лише про випуск продукції, на споживача не зважають.

Другий рівень – прагнуть, щоб продукція підприємства повністю відповідала стандартам, встановленим конкурентами.

Третій рівень – не зважають на стандарти конкурентів, а вже самі потроху стають «законодавцями моди» у галузі.

Четвертий рівень – коли успіх у конкурентній боротьбі забезпечує в першу чергу не виробництво, а управління і підприємство повністю стає «законодавцем моди» на даному ринку.

Серед **методів визначення конкурентоспроможності** підприємства або продукції розрізняють наступні:

Методи, побудовані на основі теорії міжнародного поділу праці (теорія порівняльних переваг). Виявляють порівняльні переваги підприємства, які б забезпечили нижчі витрати ніж у конкурентів.

Методи побудовані на основі теорії ефективної конкуренції:

–структурний підхід до визначення конкурентоспроможності підприємства – за рівнем монополізації, тобто за рівнем концентрації капіталу, за бар'єрами входу у галузь тощо;

–функціональний підхід – мається на увазі, що конкурентоспроможність підприємства вища там, де краще організовано виробництво, збут, управління фінансами і таке інше.

Методи, побудовані на основі теорії рівноваги фірми і галузі А.Маршалла та теорії факторів виробництва. Звідси **рівновага** – це відсутність бажання у підприємства змінювати обсяги виробництва, переходити у інший стан. А відтак критерієм конкурентоспроможності підприємства є наявність на підприємстві факторів виробництва, що можуть бути використані з вищою ніж у конкурентів продуктивністю.

Методи, що побудовані на залежності конкурентоспроможності підприємства від якості продукції, або якості і ціни. Чим вища якість і нижча ціна товару, тим вища його конкурентоспроможність, а, значить, і конкурентоспроможність підприємства.

Метод інтегральної оцінки, де інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства містить два критерії:

ступінь задоволення потреб споживачів і ефективність виробництва.

Відповідно до сучасних умов функціонування підприємств у ринковому просторі дуже актуальною є оцінка конкурентоспроможності продовольчих товарів на підставі порівняння її сукупних характеристик з характеристиками товарів-конкурентів:

- за ступенем задоволення конкретних потреб споживачів;
- за ціною споживання.

При цьому, *по-перше*, необхідно оцінити рівень нормативних параметрів. Він може мати тільки два значення: 1 або 0. Якщо товар відповідає обов'язковим нормам та стандартам, то рівень нормативних параметрів дорівнює одиниці, якщо ні, то нулю. Загальний показник відповідності продукції нормативним параметрам (S_{np}) розраховується як добуток (Π) окремих (часткових) показників по кожному параметру:

$$S_{np} = \prod_{i=1}^m q_i, \quad (22.2)$$

де q_i – окремий (частковий) показник за i -м нормативним параметром;

m – кількість параметрів, які необхідно враховувати при визначенні конкурентоспроможності.

Якщо один показник дорівнює нулю, то загальний показник теж буде дорівнювати нулю. Це означає, що товар неконкурентоспроможний.

По-друге, необхідно визначити відповідність властивостей товару конкретній потребі.

Для цього доречно встановити, які властивості товару найбільш цінні для споживача та відповідність властивостей існуючого товару цієї потребі або еталону.

$$K_i = R_{hi} \div R_{ei} \times 100\%, \quad (22.3)$$

де K_i – окремий (частковий) консументний показник за i -м параметром;

R_{hi} – величина i -го параметру товару, який аналізують;

R_{ei} – величина i -го параметру «ідеального» товару.

Основними консументними параметрами товару вважаються такі: якість, ціна та зовнішній вигляд продукції (основні характеристики товарів з точки зору споживачів).

По-третє, необхідно визначити загальний показник за консументними параметрами ($K_{кп}$):

$$K_{кп} = \sum_{i=1}^m K_i \times d_i, \quad (22.4)$$

де d_i – частка i -го параметра в загальній кількості параметрів (m);

m – кількість параметрів, за якими здійснюють оцінку конкурентоспроможності.

Загальний показник за консументними параметрами надає уявлення про те, наскільки товар, який виробляється на підприємстві, відповідає «ідеальному» товару за певним параметром (таке співвідношення можливе з товаром-конкурентом). Тому реальне значення $K_{кп}$ повинно бути перевірено на відповідність конкретній потребі:

$$K_{кп} = \sum_{i=1}^m (R_{hi} \div R_{ki}) \times d_i, \quad (22.5)$$

де R_{hi} – величина консументного параметру товару, який аналізується;

R_{ki} – величина консументного параметру товару – конкурента.

Визначення ціни товару та порівняння її з ціною товару-конкурента є наступним етапом оцінки конкурентоспроможності продукції.

Порівняння цін здійснюється за формулою:

$$E = \frac{C_{ка}}{C_{кк}} + \frac{C_{кк}}{C_{кк}} \leq 1, \quad (22.6)$$

де E – загальний показник за економічними параметрами;

$C_{ка}$ – ціна купівлі товару, який аналізується;

$C_{кк}$ – ціна купівлі товару-конкурента.

Заключним етапом є визначення інтегрального показника рівня конкурентоспроможності товару:

$$K_{ін} = S_{нп} \times (K_{кп} + E) + 100 \geq 1, \quad (22.7)$$

Якщо інтегральний показник рівня конкурентоспроможності ($K_{ін}$) дорівнює одиниці або більше, то товар вважається конкурентоспроможним.

23.3 Стандартизація та сертифікація продукції

Важливим елементом у системах управління якістю продукції є **стандартизація** – нормотворча діяльність, яка знаходить найбільш раціональні норми, а потім закріплює їх у нормативних документах у вигляді стандарту, інструкцій, методик та вимог до розробки продукції. Стандартизація – незамінний засіб забезпечення сумісності, взаємозамінності, уніфікації, типізації, надійності техніки й інформаційних мереж, норм безпеки і екологічних вимог, єдності характеристик і властивостей якості продукції, робіт, процесів і послуг.

Вплив стандартизації на підвищення якості продукції реалізується переважно через: комплексну розробку стандартів на сировину, матеріали, напівфабрикати, комплектує устаткування, оснащення і готову продукцію; встановлення в стандартах технологічних вимог до показників якості, а також єдиних методів випробування і засобів контролю.

Головне завдання стандартизації – створити систему нормативно-технічної документації, яка визначає прогресивні вимоги до продукції, що виготовляється на потреби народного господарства, населення, оборони країни, експорту, а також контроль за правильністю використання цієї документації.

Державна система стандартизації України має бути гармонізована з міжнародними, національними системами і спрямована на забезпечення:

- реалізації єдиної технічної політики у сфері стандартизації, метрології та сертифікації;
- захисту інтересів споживачів і держави з питань безпеки продукції і процесів, робіт і послуг для життя, здоров'я та майна громадян, охорони навколишнього природного середовища;
- взаємозамінності та сумісності продукції, її уніфікації;
- якості продукції відповідно до розвитку науки і техніки, потреб населення і народного господарства;
- економії всіх видів ресурсів, поліпшення техніко-економічних показників виробництва;
- безпеки народногосподарських об'єктів з урахуванням ризику виникнення природних і техногенних катастроф та інших надзвичайних ситуацій;
- створення нормативної бази функціонування систем стандартизації та сертифікації продукції;
- обороноздатності та мобілізаційної готовності країни.

Основні принципи стандартизації:

- урахування рівня розвитку науки і техніки, екологічних вимог, економічної доцільності й ефективності виробництва для виробника, користі та безпеки для споживачів і держави в цілому;
- гармонізація з міжнародними, регіональними, а в разі необхідності – з національними стандартами інших країн;
- забезпечення відповідності вимог нормативних документів актам законодавства;

- участь у розробленні нормативних документів усіх зацікавлених сторін (розробників, виробників, споживачів, органів державної виконавчої влади тощо);
- взаємозв'язок і узгодженість нормативних документів усіх рівнів;
- придатність нормативних документів для сертифікації продукції;
- відкритість інформації про діючі стандарти і програми робіт із стандартизації з урахуванням вимог чинного законодавства.

Організація робіт у системі управління якістю визначається стандартами, які регламентують технічний рівень продукції, її надійність, довговічність, економічні, естетичні й ергономічні характеристики.

Отже, *стандарт* – це документ, що встановлює для загального і багаторазового застосування правила, загальні принципи або характеристики, які стосуються діяльності чи її результатів, з метою досягнення оптимального ступеня впорядкованості у певній галузі, та розроблений у встановленому порядку на основі консенсусу.

В Україні використовуються такі категорії нормативних документів із стандартизації:

- державні стандарти України;
- галузеві стандарти;
- стандарти науково-технічних та інженерних товариств і спілок;
- технічні умови;
- стандарти підприємств.

До *державних стандартів* України прирівнюються державні будівельні норми і правила, а також державні класифікатори техніко-економічної та соціальної інформації. Порядок розроблення і застосування державних класифікаторів установлюється Державним комітетом України зі стандартизації, метрології та сертифікації (Комстандарт України).

Міжнародні, регіональні та національні стандарти інших країн застосовуються в Україні відповідно до її міжнародних договорів.

Галузеві стандарти розробляються на продукцію за відсутності державних стандартів України чи в разі необхідності встановлення вимог, які перевищують або доповнюють вимоги державних стандартів. Обов'язкові вимоги галузевих стандартів підлягають безумовному виконанню підприємствами, установами й організаціями, що входять до сфери управління органу, який їх затвердив.

Стандарти науково-технічних та інженерних товариств і спілок розробляють у разі необхідності поширення результатів фундаментальних і прикладних досліджень, одержаних в окремих галузях знань чи у сферах професійних інтересів. Ці стандарти можуть використовуватися на основі добровільної згоди користувачів.

Технічні умови і стандарти підприємств містять вимоги, що регулюють відносини між постачальником (розробником, виробником) і споживачем (замовником) продукції.

Для організації інформування споживачів (замовників) про номенклатуру та якість продукції, що випускається, контролю відповідності технічних умов обов'язковим вимогам державних, а в передбачених законодавством випадках – галузевих стандартів, технічні умови на продукцію та зміни до них підлягають державній реєстрації в територіальних органах Державного комітету України зі стандартизації, метрології та сертифікації. Технічні умови та зміни до них, які не пройшли державної реєстрації, вважаються недійсними.

Стандарти підприємств розробляються на продукцію, що використовується лише на конкретному підприємстві.

Майнова частина авторського права на технічні умови і стандарти підприємств належить підприємствам або органам, що їх затвердили.

Залежно від об'єкта стандартизації, його специфіки і змісту вимог до них, стандарти, що розробляються, підрозділяються на такі *види*:

- стандарти основоположні;
- стандарти на продукцію, послуги;
- стандарти на процеси;
- стандарти на методи контролю, випробувань, вимірювань, аналізу.

Сертифікація продукції є одним із засобів підтвердження відповідності продукції заданим вимогам.

Сертифікація – це сукупність дій та процедур з метою підтвердження (за допомогою сертифікату відповідності або знака відповідності) того, що продукція (товар чи послуга) відповідає обов'язковим вимогам норм і стандартів, що діють в Україні.

Сертифікація продукції здійснюється уповноваженими органами із сертифікації – підприємствами, установами і організаціями з метою:

- запобігання реалізації продукції, небезпечної для життя, здоров'я та 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 в міжнародній торгівлі.

Залежно від того, хто її проводить, сертифікація буває трьох *видів*:

- самосертифікація (проводиться виробником);
- сертифікація, яка здійснюється споживачем;
- сертифікація, яка проводиться третьою стороною (спеціалізованою організацією, незалежною від виробника чи споживача).

Найбільшою довірою в міжнародній і вітчизняній практиці користується сертифікація третьою стороною.

Сертифікація відокремлюється з процедури підтвердження відповідності тим, що виконується третьою стороною, незалежною від виробника (постачальника) і споживача, що гарантує об'єктивність її результатів. Тому в умовах, коли конкуренція на ринку переміщується з цінової сфери до сфери якості продукції, сертифікація стає обов'язковою частиною ефективного функціонування ринкової економіки.

Сертифікація продукції в Україні поділяється на обов'язкову та добровільну.

Законом України «Про захист прав споживачів» визначено, що товари (роботи, послуги), на які актами законодавства або іншими нормативними документами встановлено обов'язкові вимоги щодо забезпечення безпеки життя, здоров'я споживачів, їх майна, навколишнього природного середовища, підлягають *обов'язковій сертифікації* згідно з чинним законодавством. Перелік товарів (робіт, послуг), які підлягають обов'язковій сертифікації, затверджується Кабінетом Міністрів України. Реалізація та використання таких товарів (у тому числі й імпортих), виконання робіт та надання послуг без сертифікату відповідності забороняються.

Стосовно товарів (робіт, послуг), що підлягають обов'язковій сертифікації, споживачу повинна надаватись інформація про їх сертифікацію.

Учасниками обов'язкової сертифікації є органи з сертифікації, випробувальні лабораторії, виробники (продавці, виконавці) продукції, а також центральні органи систем сертифікації, які визначені в необхідних випадках для організації та координації робіт у системі сертифікації однорідної продукції.

Під час проведення сертифікації та в разі позитивного рішення органу з сертифікації заявникові видається сертифікат та право маркувати продукцію спеціальним знаком відповідності. Форма, розміри і технічні вимоги до знаку відповідності визначаються державним стандартом.

Знак відповідності не може бути застосований, якщо порушено правила його використання.

Органи з сертифікації можуть припиняти або зупиняти реалізацію сертифікованої продукції, якщо виявлено, що вона не відповідає вимогам нормативного документа, відповідно до якого вона сертифікована, або якщо термін дії сертифікату закінчився, або дія сертифіката припинена, або зупинена рішенням органу з сертифікації.

Обов'язками виробників (постачальників, виконавців, продавців) продукції є:

- проведення в установлені терміни і в установленому порядку сертифікації продукції;
- забезпечення виготовлення продукції згідно з вимогами нормативного документа, відповідно до якого вона сертифікована;
- реалізація продукції виключно за наявності сертифікату відповідності;
- повідомлення органу з сертифікації про внесення змін до технічної документації або технологічного процесу виробництва сертифікованої продукції.

Міжнародним співтовариством прийнято визначення сертифікату відповідності як документа, який видано відповідно до правил системи сертифікації і який вказує на забезпечення необхідної впевненості в тому, що ідентифікована продукція (процес чи послуга) відповідає конкретному стандарту або іншому нормативному документу. З цього визначення випливає, що сертифікація створює певний ступінь (неабсолютний) впевненості в наявності відповідності. Для цього сертифікація повинна мати необхідний набір доказів, а також документальне або інше підтвердження цих доказів. Вони повинні створювати необхідну впевненість відповідності, тобто потрібно встановити рівень необхідної впевненості, під який збираються докази. Чим вищий рівень впевненості, тим більш вагомими повинні бути докази.

Сукупність і послідовність окремих операцій, які виконуються третьою стороною щодо підтвердження відповідності, прийнято називати *схемою сертифікації*.

Добровільну сертифікацію мають право проводити підприємства, організації, інші юридичні особи, що взяли на себе функції органу з добровільної сертифікації, а також органи, акредитовані в державній системі сертифікації. Правила добровільної сертифікації встановлюються органами з добровільної сертифікації, які подають Державному комітету України зі стандартизації, метрології та сертифікації інформацію для їх реєстрації в установленому Комітетом порядку. Заявник з добровільної сертифікації має право сам встановлювати номенклатуру вимог, відповідно до якого проводиться сертифікація.

Таким чином, стандартизація та сертифікація поки що недостатньо виконують свою роль "каталізатора якості" в Україні. Це пояснюється не тільки тим, що вони знаходяться на початковій стадії процесу перебудови, в силу чого їх потенціал розкрито лише частково, а й тими труднощами, які має вітчизняна економіка. Вже в найближчий час можна очікувати підвищення ролі стандартизації та сертифікації у вирішенні проблеми якості і конкурентоспроможності українських підприємств та їхньої продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках.

22.4 Державний нагляд за якістю та внутрішньовиробничий технічний контроль

До найважливіших методів забезпечення належної якості та конкурентоспроможності продукції належать державний нагляд за якістю і внутрішньовиробничий технічний контроль.

Для організації розробки, експертизи й підготовки до затвердження державних стандартів України з рішення Комстандарту створено технічні комітети зі стандартизації, що діють за договором із національним органом. До роботи в

цих комітетах залучаються на добровільних засадах представники заінтересованих підприємств та організацій, провідні вчені й спеціалісти.

Основними *функціями* Комстандарту України стосовно сертифікаційних робіт є:

- визначення принципів, структури та правил системи сертифікації;
- затвердження переліку продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації;
- акредитація органів із сертифікації та випробувальних лабораторій (центрів), атестація експертів-аудиторів;
- установлення правил визнання сертифікатів інших країн;
- постійне інформування споживачів через відповідні інформаційні фонди щодо стандартів різних категорій, сертифікатів, класифікаторів техніко-економічної та соціальної інформації, випробувальних центрів тощо.

У межах державної системи стандартизації та сертифікації в Україні функціонує державний нагляд за якістю, який здійснюють відповідні органи, а також передбачає конкретно визначену відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності за порушення стандартів, норм (метрологічних, санітарних та інших обов'язкових вимог, які встановлюють гранично допустимі величини показників продукції, що гарантують високу якість) і правил (метрологічних, санітарних, екологічних, протипожежних, технологічних).

Державний нагляд за додержанням стандартів, норм і правил здійснюють Комстандарт України та його територіальні органи – центри стандартизації, метрології та сертифікації. Перші керівники цих органів за посадою є одночасно головними державними інспекторами відповідно України, Автономної Республіки Крим, областей і міст з нагляду за якістю продукції, а інші керівники і спеціалісти цих органів – державними інспекторами.

Органи державного нагляду виконують багатоспрямовані *функції*, а саме:

- перевіряють додержання стандартів (норм і правил);
- узагальнюють результати перевірок та інформують про них відповідні органи державної влади і громадськість;
- забезпечують оперативне вжиття заходів для припинення порушень стандартів (норм і правил);
- вносять пропозиції щодо підвищення якості продукції та ефективності власної діяльності.

Державний нагляд проводиться за планами його органів (або в разі звернення громадян з відповідними претензіями у формі періодичної (постійної) перевірки додержання вимог нормативних документів чи проведенням вибіркового (суцільного) контролю стабільності якості сертифікованої продукції, правил випробування виробів.

Об'єктами державного нагляду є:

- продукція виробничо-технічного призначення, товари народного споживання та продукти харчування – щодо відповідності стандартам, нормам і правилам;
- експортна продукція – щодо стандартів (норм і правил) або окремих вимог, обумовлених договором (контрактом);
- імпортна продукція – щодо чинних в Україні стандартів (норм, правил) стосовно безпеки для життя, здоров'я, майна людей і навколишнього середовища;
- атестовані виробництва – щодо відповідності встановленим вимогам до сертифікації продукції.

Суб'єкти господарювання за порушення вимог стандартів (норм, правил) несуть матеріальну відповідальність – *штраф*. Залежно від характеру порушення розмір штрафів становить:

- за випуск продукції науково-технічного, виробничо-технічного і споживчого призначення, що не відповідає вимогам стандартів або не пройшла обов'язкової сертифікації, – 25%;

- за реалізацію підвищено небезпечної продукції без належного попереджувального маркування та відповідної інструкції щодо транспортування й експлуатації (споживання), а також імпоротної продукції, що не відповідає вимогам національних стандартів стосовно безпеки для життя, здоров'я, майна людей і навколишнього середовища, – 50%;

- за продаж продукції, забороненої до випуску органами державного нагляду, та виробів, які внаслідок порушення вимог стандартів стали небезпечними для життя (здоров'я) людей і навколишнього середовища, – 100% від їхньої вартості.

Важливо, що сплата штрафів у відповідних розмірах не звільняє підприємців від обов'язку відшкодування збитків споживачам продукції, які виникли внаслідок порушення стандартів (норм, правил) або внаслідок невиконання умов договору на поставку продукції. Суми штрафів у розмірі 60% зараховують до державного бюджету і 30% – до позабюджетних фондів місцевих органів влади, а 10% переказують Комстандарту України для розвитку його матеріально-технічної та науково-дослідної бази.

Серед існуючих і широкоживаних методів забезпечення виробництва продукції високої якості чільне місце належить *внутрішньовиробничому технічному контролю*. На підприємствах функції безпосереднього контролю якості складових частин і готових для споживання виробів виконують відділи технічного контролю (ВТК).

Головне завдання технічного контролю – постійно забезпечувати необхідний рівень якості, зафіксований у нормативних документах, через безпосередню перевірку кожного виробу й цілеспрямований вплив на умови й чинники, що забезпечують таку якість. Успішно розв'язати це завдання можна за правильного вибору об'єктів і методів контролю.

Об'єктами контролю мають бути всі компоненти виробничої системи та взаємозв'язаних з нею елементів,

тобто вхід (ресурси), сам виробничий процес, вихід (продукція).

Необхідність контролю ресурсів (матеріалів, енергії, знарядь праці, інформації, персоналу) на вході системи зумовлюється тим, що їхня якість значною мірою визначає конкурентоспроможність готового продукту праці. Використання у виробничому процесі лише частини ресурсів незадовільної якості може призвести до непродуктивних витрат доброякісних ресурсів. Саме вхідний контроль ресурсів має запобігти непродуктивним витратам.

Об'єктами контролю на вході системи (підприємства) чи її (його) окремих виробничих блоків (цехів, дільниць) мають бути:

- якість основних і допоміжних матеріалів, заготовок, напівфабрикатів, комплектуючих виробів, окремих деталей і вузлів;
- справність устаткування, пристроїв, робочого інструменту й контрольно-вимірювальних приладів, за допомогою котрих виготовляється продукція та визначається рівень її якості;
- технічна документація, за якою здійснюється технологічний процес;
- відповідність рівня кваліфікації персоналу вимогам, що забезпечують якісне виконання певної роботи.

Якість продукції визначальною мірою формується протягом власне виробничого процесу. Це спричиняє необхідність ретельного контролювання перебігу технології її виготовлення. Об'єктами контролю тут стає ретельне дотримання виробничо-трудової дисципліни, технологічних режимів обробки та складання виробів. Контрольні операції здійснюються не тільки стосовно якості, а й стосовно кількості, оскільки порушення технологічної, виробничої і трудової дисципліни може призвести до псування сировини, матеріалів, окремих деталей і навіть готових виробів, а відставання в кількості виготовленої

продукції – до невиконання виробничої програми підприємства.

Контроль на виході виробничої системи (підприємства та його підрозділів) має запобігати потраплянню бракованої продукції споживачеві або передачі її на наступні технологічні фази (стадії) усіма негативними наслідками цього. Такий контроль уможливує також постійне інформування керівництва про рівень виконання виробничих завдань та досягнуті економічні результати виробництва.

Рівень витрат на контролювання якості та його загальна ефективність такого контролю істотно залежать від добре обґрунтованого вибору тих або тих методів (видів) контролю.

Найбільш ефективними вважають такі види контролю:

- за впливом на перебіг технологічного процесу – активний;
- за засобами, що використовуються, – автоматизований;
- за організаційними формами – статистичний.

Активним є контроль якості безпосередньо в ході технологічного процесу виготовлення виробу та режимів його обробки за допомогою спеціальних контрольних технічних пристроїв, вмонтованих у технологічне устаткування (автоматичних індикаторів, вимірювальних головок, ізотопних індукційних та інших приладів). Застосування активного контролю дає змогу запобігти появі та виходу з технологічного процесу напівфабрикатів і готових видів продукції незадовільної якості.

За *автоматизованого* контролю перевірка якості здійснюється через застосування автоматичних пристроїв (включаючи промислових роботів) без участі людини як під час технологічного процесу, так і після завершення обробки чи складання виробу. Такий контроль є одним з головних способів зменшення витрат на контрольні операції та підвищення їхньої ефективності особливо в безперервних та масових типах виробництва, де часто трудомісткість контролю якості перевищує витрати на виготовлення продукції в автоматичному режимі.

Статистичний – це особливий вид (метод) вибіркового контролю, що ґрунтується на застосуванні теорії ймовірностей та математичної статистики. Він уможливує не тільки фіксацію фактичного рівня якості масової продукції, а й активний вплив на перебіг технологічного процесу, тобто забезпечує його регулювання (управління ним). Основна його ідея полягає в тому, що в будь-якому сталому процесі, коли відсутні непередбачені збурення, фактичні показники якості окремих екземплярів продукції завжди матимуть лише незначні відхилення від середніх величин.

Перевагою статистичного контролю є можливість керувати рівнем якості продукції за принципом саморегулювання кібернетичної системи зі зворотним зв'язком. Проте йому властиві й недоліки, яких не можна ігнорувати: по-перше, він має відносно вузьку сферу застосування (переважно масове виробництво); по-друге, потребує порівняно великих коштів на збирання та обробку інформації. Здешевити ці процеси можна автоматизацією збирання, обробки й аналізу необхідної для контролю інформації, створенням гнучких автоматизованих виробництв.



ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Поняття «якість продукції».
2. Показники якості продукції, їх характеристика.
3. Методи оцінки якості продукції.
4. Поняття «конкурентоспроможність».
5. Чинники, які впливають на конкурентоспроможність продукції (підприємства).
6. Оцінка конкурентоспроможності продукції (підприємства).
7. Стандартизація продукції (послуг).
8. Сертифікація продукції (послуг).
9. Нормативні документи зі стандартизації.

10. Функції, що виконує Комстандарт України.
11. Об'єкти технічного контролю.
12. Основні види технічного контролю якості на підприємствах України.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Міжнародні стандарти щодо виробництва продукції та надання послуг.
2. Економічна ефективність забезпечення якості на прикладі інших країн з розвинутою економікою.
3. Вирішення проблеми якості в Україні за нових умов.
4. Стандартизація у системах управління якістю.
5. Сертифікація продукції в Україні.
6. Удосконалення чинної системи одиничних і загальних показників якості продукції щодо збільшення об'єктивності відображення якості та спрощення самої системи.
7. Необхідність і методологія визначення оптимального рівня якості продукції.
8. Конкурентоспроможність продукції: сутнісна характеристика, оцінка, способи забезпечення.
9. Економічно-правове обґрунтування змісту й кількості державних (національних) стандартів на продукцію підприємств.
10. Аналітична оцінка технічного рівня та якості найважливіших видів продукції підприємств ключових галузей народного господарства України.
11. Узагальнення зарубіжного досвіду в галузі управління якістю продукції і можливості його використання за створення сертифікованих систем якості на підприємствах України.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Сукупність властивостей продукції, які зумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення – це:
 - а) ціна;
 - б) якість;
 - в) зовнішній вигляд;
 - г) кількість.
2. Показники, які характеризують корисний ефект від використання продукції за призначенням і обумовлюють сферу її використання – це:
 - а) показники призначення;
 - б) показники надійності;
 - в) показники технологічності;
 - г) екологічні показники.
3. Показники, які характеризують ефективність конструкторсько-технологічних рішень щодо забезпечення високої продуктивності праці при виготовленні та ремонті продукції – це:
 - а) показники призначення;
 - б) показники надійності;
 - в) показники технологічності;
 - г) екологічні показники.
4. Показники, які характеризують особливості продукції для безпеки покупця і обслуговуючого персоналу, тобто забезпечення безпеки при монтажу, обслуговуванні, ремонті, зберіганні, транспортуванні, споживанні продукції – це:
 - а) показники призначення;
 - б) показники надійності;
 - в) показники безпеки;
 - г) екологічні показники.

5. Кількісна характеристика міри придатності того чи іншого виду продукції для задоволення конкретного попиту на неї – це:
- а) конкурентоспроможність;
 - б) рівень якості продукції;
 - в) ціна;
 - г) обсяг виробництва.
6. Метод, який полягає в оцінюванні рівня якості продукції за допомогою стендових випробувань та контрольних вимірювань, а також лабораторного аналізу, називається:
- а) органолептичний;
 - б) об'єктивний;
 - в) диференційований;
 - г) комплексний.
7. Метод, який полягає у визначенні узагальнюючого показника якості оцінюваного виробу, називається:
- а) органолептичний;
 - б) об'єктивний;
 - в) диференційований;
 - г) комплексний.
8. Метод, при якому показники якості визначають вивчаючи попит фактичних або потенційних споживачів продукції за допомогою усних опитувань або спеціальних анкет, називається:
- а) органолептичний;
 - б) об'єктивний;
 - в) соціологічний;
 - г) комплексний.
9. Здатність продукції відповідати вимогам конкурентного ринку, запитам покупців порівняно з іншими аналогічними товарами, представленими на ринку – це:
- а) якість продукції;
 - б) ціна продукції;
 - в) кількість продукції;
 - г) конкурентоспроможність продукції.

10. Фактори, на які підприємство впливати не може і в своїй політиці повинно сприймати їх як дещо незмінне, називаються:
- а) внутрішні;
 - б) зовнішні;
 - в) природні;
 - г) штучні.
11. Відсутність бажання у підприємства змінювати обсяги виробництва, переходити у інший стан – це:
- а) стабільність;
 - б) рівновага;
 - в) спад;
 - г) зростання.
12. Основні характеристики товарів з точки зору споживачів – це:
- а) консументні параметри;
 - б) нормативні параметри;
 - в) фактичні характеристики;
 - г) якості.
13. Нормотворча діяльність, яка знаходить найбільш раціональні норми, а потім закріплює їх у нормативних документах у вигляді стандарту, інструкцій, методик та вимог до розробки продукції – це:
- а) сертифікація;
 - б) технічний контроль;
 - в) стандартизація;
 - г) стандарт.
14. Стандарти, які містять вимоги, що регулюють відносини між постачальником (розробником, виробником) і споживачем (замовником) продукції – це:
- а) технічні умови і стандарти підприємства;
 - б) галузеві стандарти;
 - в) державні стандарти;
 - г) стандарти науково-технічних та інженерних товариств і спілок.

15. Сукупність дій та процедур з метою підтвердження (за допомогою сертифікату відповідності або знака відповідності) того, що продукція (товар чи послуга) відповідає обов'язковим вимогам норм і стандартів, що діють в Україні – це:
- а) сертифікація;
 - б) технічний контроль;
 - в) стандартизація;
 - г) стандарт.
16. Сукупність і послідовність окремих операцій, які виконуються третьою стороною щодо підтвердження відповідності, прийнято називати:
- а) процесом сертифікації;
 - б) структуризацією;
 - в) схемою сертифікації;
 - г) стандартизацією.

ВИТРАТИ І РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА



ТЕМА 23

ВИТРАТИ НА ВИРОБНИЦТВО ТА РЕАЛІЗАЦІЮ ПРОДУКЦІЇ

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

- 23.1 Загальна характеристика витрат.
- 23.2 Поняття собівартості продукції та її види.
- 23.3 Кошторис витрат і калькуляція собівартості продукції.
- 23.4 Планування та аналіз витрат на виробництво.



Ключові терміни

- *витрати;*
- *собівартість;*
- *калькулювання;*
- *кошторис витрат;*
- *елементи витрат;*
- *статі витрат.*

23.1 Загальна характеристика витрат

Основною метою діяльності будь – якого виробництва є максимізація прибутку. Досягнення цієї мети за правилами ринку можливо за умови: по-перше: обмеженості витрат виробництва, по друге – попитом на вироблену продукцію. Отже, боротьба підприємства за зниження вартості виробництва своєї продукції є важливим кроком підвищення економічної ефективності підприємства, зростання його конкурентоспроможності.

Для виробництва конкурентоспроможної продукції підприємство вкладає кошти у фактори виробництва, якими виступають устаткування, матеріали, обладнання і т.п., тобто кошти на покупку становлять витрати або платежі. Коли мова

йде про використання факторів (ресурсів) мають на увазі витрати виробництва.

Витрати виробництва – це грошова форма всіх витрат різних видів економічних ресурсів в процесі виробництва, обігу та розподілу, а також витрати майбутніх періодів, на утримання об'єктів невиробничої сфери. Іншими словами **витрати підприємства** – це грошовий вираз використання факторів виробництва для виробництва та реалізації продукції.

Витрати підприємства можуть виникати внаслідок упровадження звичайної, тобто операційної, фінансової й інвестиційної діяльності підприємства та надзвичайних подій.

Операційна діяльність – це основна діяльність підприємства, а також інші види діяльності, що не належать до фінансової чи інвестиційної діяльності. Основною визнається діяльність, пов'язана з виробництвом і реалізацією продукції; вона класифікується за галузями та видами економічної діяльності.

Фінансова діяльність – це діяльність, що призводить до змін розміру і складу власного та позикового капіталу підприємства (емісія акцій, облігацій, виплата дивідендів, отримання позик та їх погашення).

Інвестиційна діяльність – зумовлена придбанням і реалізацією необоротних активів, короткострокових фінансових інвестицій та продажем основних засобів і нематеріальних активів, придбанням чи продажем довгострокових фінансових інвестицій, наданням позик фізичним чи юридичним особам.

Надзвичайні події виникають внаслідок форс-мажору, тобто стихійного лиха, експропріації активів підприємства тощо.

Відповідно до перелічених видів діяльності підприємства утворюються такі витрати:

- **операційні** – витрати підприємства виникають у зв'язку з операційною діяльністю підприємства, тобто його

основною діяльністю, пов'язаною з виробництвом та реалізацією продукції, яка забезпечує основну частку його доходу. Операційні витрати ще називають поточними. Частина з них є циклічними і повторюваними (наприклад, витрати на сировину, матеріали), інша частина має місце постійно і незалежно від виробництва (витрати на утримання приміщень, управлінського персоналу).

- *фінансові* – витрати утворюються від провадження фінансової діяльності підприємства; вони можуть виникати не завжди, тому що підприємство може і не здійснювати фінансової діяльності.

- *інвестиційні* – витрати виникають внаслідок здійснення інвестиційної діяльності підприємства та також можуть не виникати на підприємстві, оскільки не завжди воно проводить інвестиційну діяльність.

- *непередбачувані* – витрати мають місце взагалі зрідка, тому що виникають внаслідок надзвичайної діяльності підприємства.

В процесі своєї діяльності підприємство використовує різноманітні ресурси, які у вартісному вираженні трансформуються у витрати виробництва, частина яких відноситься до собівартості, а інша – фінансується за рахунок власних коштів – чистого прибутку.

Розглянемо використання ресурсів на підприємстві та їх трансформування у витрати за двома напрямками:

1. *Взаємозв'язок ресурсів та витрат, що відносяться на собівартість продукції:*

1.1 Матеріальні ресурси використовують у вигляді предметів праці та засобів праці.

- предмети праці у вартісному вираженні виступають у вигляді наступних витрат: вартість сировини і матеріалів, витрачених на виробництво продукції; вартість палива, енергії, води; вартість малоцінних швидкозношуваних предметів; витрати, понесені від браку; оплата робіт і послуг виробничого характеру, що виконуються сторонніми організаціями.

- засоби праці – як грошове вираження витрат на амортизаційні відрахування повного відновлення основних фондів та нематеріальних активів; витрати на поточний ремонт та оренду основних засобів виробництва, витрати на страхування майна.

1.2. Трудові ресурси на підприємстві відображають у грошовій формі у вигляді витрат на оплату праці та витрат на соціальні заходи.

1.3. Фінансові ресурси відображаються через використання позикового капіталу та відносяться на собівартість продукції у вигляді відсотків за користування фінансовими кредитами, одержаними для поновлення власних оборотних коштів, а також придбання виробничих фондів і нематеріальних активів.

2. Взаємозв'язок ресурсів та витрат, що фінансуються за рахунок чистого прибутку:

2.1 Матеріальні ресурси, вартість яких в грошовому вираженні покриваються за рахунок чистого прибутку відображають витрати, що не пов'язані з виробничою сферою (витрати на утримання об'єктів невиробничої сфери), витрати на придбання та модернізацію обладнання та устаткування, а також оплата витрат матеріальних ресурсів, витрачених понад встановленої норми.

2.2. Використання трудових ресурсів, що додатково фінансуються з власних джерел, у вартісному вираженні виступають у вигляді витрат на підготовку та підвищення кваліфікації кадрів, а також вартість додаткового матеріального стимулювання працівників.

2.3. Фінансові ресурси, що погашаються за рахунок чистого прибутку, відображаються через використання власного та позикового капіталу. Застосування власного капіталу виступає у вигляді витрат на здійснення добровільного страхування, виплат дивідендів власникам підприємства, витрат майбутніх періодів. Позиковий капітал – через оплату відсотків за прострочені кредити.

Прийнято розрізняти загальні (сукупні) витрати і витрати на одиницю продукції.

Загальні витрати – це витрати на весь обсяг продукції за певний період. Їх сума залежить від тривалості періоду і кількості виготовленої продукції.

Витрати на одиницю продукції обчислюються як середні за певний період, якщо продукція виготовляється постійно або серіями. В одиничному виробництві витрати на виріб формуються як індивідуальні.

Для обліку витрат на підприємстві та проведення аналізу їх рівня використовується **класифікація витрат** за певними ознаками.

1. *За ступенем однорідності* витрати поділяються на:

- елементні витрати є однорідними за складом, мають єдиний економічний зміст і кваліфікуються як первинні. До них відносяться: матеріальні витрати, оплата праці, відрахування на соціальні потреби, амортизаційні відрахування та ін.;

- комплексні витрати є різноманітними за складом, охоплюють кілька елементів витрат. Їх групують за економічним призначенням при калькулюванні та організації внутрішньовиробничого економічного управління (наприклад, загальновиробничі, адміністративні витрати; втрати від браку продукції і т. п.).

2. *За відношенням до процесів виробництва:*

- виробничі – витрати, що використані на ресурси в процесі виробництва продукції;

- позавиробничі (комерційні) – характеризують ресурси, що використані в процесі реалізації і збуту продукції.

3. *За ступенем залежності від обсягів виробництва:*

- постійні витрати є функцією часу, а не обсягу продукції. Їх загальна величина (в певних межах) не залежить від кількості виготовленої продукції. Вона стрибкоподібно змінюється лише при істотній зміні виробничої та організаційної структури підприємства (іншого суб'єкта

підприємницької діяльності). До постійних відносяться витрати на утримання та експлуатацію будівель і споруд, організацію виробництва та управлінські витрати. У складі останніх виділяють так звані умовно-постійні витрати, які кілька (несуттєво) змінюються внаслідок збільшення або зменшення обсягу виробництва;

- змінні витрати – це витрати, загальна величина яких за певний період залежить від обсягу виробництва продукції. У свою чергу, в їх складі виділяють витрати пропорційні та непропорційні. Пропорційні витрати змінюються прямо пропорційно обсягу виробництва. До них відносять переважно витрати на сировину, основні матеріали, комплектуючі вироби, а також відрядну заробітну плату робітників. Непропорційні витрати не мають прямої пропорційної залежності від обсягу виробництва.

4. *За способом віднесення на собівартість об'єкта:*

- прями витрати – безпосередньо пов'язані з виготовленням певних видів продукції і можуть бути обчислені прямо на її фізичну одиницю. Якщо на підприємстві або в його структурному підрозділі виготовляється один різновид продукції, то всі витрати є прямими;

- непрямі витрати (заробітна плата обслуговуючого управлінського персоналу, утримання і експлуатація засобів праці) можна безпосередньо визначити для окремих різновидів продукції.

б. *За методом встановлення:*

- нормативний метод – передбачає складання нормативної калькуляції за чинними на початок календарного періоду нормами з виявленням у майбутньому відхилень від цих норм;

- позамовний метод – витрати підрозділів та структурних одиниць враховуються за окремими замовленнями і статтями калькуляції, а витрати на матеріальні ресурси – за окремими групами;

- попереробний метод – витрати на виробництво продукції враховують по підрозділах, фазах та стадіях і статях витрат;

- метод величини покриття – у калькуляцію окремого виробу включають не всі витрати на виробництво і реалізацію продукції, а лише величину покриття (ціна виробу за винятком змінних витрат), що дозволяє спростити нормування, планування і контроль.

5. За відношенням до видів виробничих процесів:

- основні – прямі витрати на ресурси, використані у процесі виготовлення продукції. Розрізняють прямі матеріальні витрати, витрати на оплату праці та інші прямі витрати. До *прямих матеріальних витрат* належать вартість витрачених матеріалів, що стали частиною готової продукції і можуть бути прямо віднесені до певного виробу. *Прямі витрати на оплату праці* включають заробітну плату робітників, що безпосередньо виготовляють продукцію. Витрати на оплату праці інших категорій працівників, які забезпечують або обслуговують виробничий процес, належать до виробничих накладних витрат. *Інші прямі витрати* – це ті, що не належать до прямих матеріальних витрат і прямих витрат на оплату праці. Наприклад, це амортизація або платежі за оренду спеціального виробничого обладнання, нарахування на заробітну плату робітників, які безпосередньо виготовляють продукцію (відрахування на соціальні потреби);

- накладні – характеризують ресурси, використані на процеси обслуговування та управління при виготовленні продукції. До складу непрямих належать витрати, які пов'язані з операційною діяльністю. Вони, у свою чергу, поділяються на адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати. *Адміністративні витрати* – це такі загальногосподарські витрати, які пов'язані з обслуговуванням підприємства та управлінням ним (загальні корпоративні, утримання апарату управління та основних засобів, зв'язок, обов'язкові платежі тощо). *Витрати на збут*

пов'язані з реалізацією продукції і містять витрати на тару, оплату праці продавців, транспортування продукції, рекламу та ін. Виробничі накладні витрати розподіляють за видами виробів пропорційно обраній базі розподілу.

23.2 Поняття собівартості продукції та її види

Собівартість продукції – це грошова форма витрат на підготовку її виробництва, виготовлення і збут. Собівартість комплексно характеризує ступінь використання усіх ресурсів підприємства, а значить, і рівень техніки, технології та організації виробництва.

При інтенсивнішому використанні виробничих ресурсів, успішнішому удосконаленні техніки, технології і організації виробництва рівень собівартості виробництва знижується. Тому собівартість є одним з важливих показників ефективності виробництва, підґрунтям встановлення ціни продукції та її нижньою межею для виробника.

При обчисленні собівартості продукції важливе значення має визначення складу витрат, які в неї включаються. Як відомо, витрати підприємства відшкодовуються за рахунок двох власних джерел: собівартості і прибутку. Через собівартість повинні відшкодовуватися витрати підприємства, що забезпечують просте відтворення усіх факторів виробництва: предметів, засобів праці, робочої сили і природних ресурсів.

Тому, *собівартість продукції включає витрати на:*

- дослідження ринку і виявлення потреби у продукції;
- підготовку і освоєння нової продукції;
- виробництво, включаючи витрати на сировину, матеріали, енергію, амортизацію основних фондів, оплату праці персоналу;
- обслуговування виробничого процесу і управління ним;
- збут продукції (пакування, транспортування, реклама, комісійні витрати і т. п.);

- розвідку, використання і охорону природних ресурсів (витрати на геологорозвідувальні роботи, плата за воду, деревину, витрати на рекультивацію земель, охорону повітряного, водного басейнів);
- набір і підготовку кадрів;
- поточну раціоналізацію виробництва (удосконалення технології, організації виробництва, праці, підвищення якості продукції), крім капітальних витрат.

За впливом на собівартість продукції різноманітних чинників розрізняють наступні **види собівартості**:

1. *В залежності від часу формування затрат розрізняють:*

- планову собівартість – визначають перед початком планового періоду на основі прогресивних норм затрат ресурсів та цін на ресурси на момент складання плану;
- фактичну собівартість – відображає фактичні затрати на виробництво і реалізацію продукції за даними бухгалтерського обліку;
- нормативну собівартість – затрати на виробництво і реалізацію продукції розраховують на основі поточних норм затрат ресурсів;
- кошторисну собівартість – характеризує затрати або замовлення, на виріб які виконуються в разовому порядку.

2. *В залежності від місця формування затрат та порядку формування розрізняють собівартість:*

- технологічну – витрати, безпосередньо пов'язані з технологією виробництва;
- цехову – сума затрат на виробництво продукції в межах цеху;
- виробничу – грошові затрати на виробництво продукції в межах всього підприємства;
- повну – сукупність виробничої собівартості і позавиробничих затрат (збут готової продукції);

3. *За тривалістю розрахункового періоду розрізняють собівартість:*

- місячну;

- квартальну;
- річну.

4. За складом продукції :

- собівартість товарної продукції;
- собівартість валової продукції;
- собівартість реалізованої продукції;
- собівартість незавершеного виробництва.

5. У промисловості розрізняють:

- індивідуальну собівартість – характеризує затрати окремого підприємства на виробництво і реалізацію продукції;
- галузеву собівартість – показує середні у галузі затрати на виробництво і реалізацію продукції.

23.3 Кошторис витрат і калькуляція собівартості продукції

Кошторис витрат являє собою зведений план усіх витрат підприємства виробничо-фінансової діяльності на майбутній період. Він визначає загальну суму витрат виробництва за видами використовуваних ресурсів, стадіям виробничої діяльності, рівнями управління підприємством та іншими напрямками видатків.

До кошторису включаються витрати основного і допоміжного виробництва, пов'язані з виготовленням та продажем продукції, товарів і послуг, а також на утримання адміністративно-управлінського персоналу, виконання різних робіт і послуг, у тому числі і не входять в основну виробничу діяльність підприємства. Планування видів витрат здійснюється в грошовому вираженні на виробничі програми, передбачені в річних проектах, цілі та завдання, обрані економічні ресурси та технологічні засоби їх виконання. Всі планові завдання і показники відображаються у відповідних кошторисах, що включають вартісну оцінку витрат і результатів. Наприклад:

- кошторис витрат складається як план очікуваних

витрат за різними видами виконуваних робіт і застосовуваних ресурсів;

- кошторис перспективних доходів встановлює плановані грошові надходження і витрати на майбутній період;

- кошторис витрат на виробництво продукції показує заплановані рівні матеріальних запасів, обсяги продукції, що випускається, вартість різних видів ресурсів і т.д.

Зведений кошторис позначає всі витрати й результати з основних розділів річного плану соціально-економічного розвитку підприємства.

У процесі розробки кошторису витрат на виробництво у вітчизняній економічній науці і практиці широко застосовують три основні методи:

Зведений метод складання кошторису витрат на виробництво передбачає попередню розробку та зведення в єдину систему загальних витрат по підрозділах та структурних одиницях основного і обслуговуючого виробництва. *До кошторису витрат окремих підрозділів* включаються дві групи витрат:

- 1) прямі витрати даного підрозділу на матеріальні ресурси і комплектуючі деталі, основна та додаткова заробітна плата, нарахування на зарплату, амортизаційні відрахування та інші грошові витрати;
- 2) комплексні витрати на послуги інших цехів, а також цехові витрати і т.д.

Розробку даних кошторисів витрат на виробництво продукції рекомендується починати з заготівельних підрозділів підприємства, потім допоміжних цехів, а після них слід переходити до складальних цехів.

Кошторис загальновиробничих (загальноцехових) витрат складається з загальної суми витрат на утримання устаткування і цехових витрат.

Кошторис витрат на утримання і експлуатацію обладнання включає наступні статті витрат:

- утримання машин, устаткування і транспортних засобів;

- витрати на ремонт основних засобів; експлуатація машин і устаткування;
- внутрішньогосподарське переміщення вантажів;
- орендна плата за машини і обладнання;
- знос малоцінних і швидкозношуваних предметів;
- інші витрати.

У кошторис цехових витрат входять статті витрат:

- на утримання апарату управління цехом,
- амортизацію будівель та споруд,
- оренду виробничих приміщень,
- утримання і ремонт будівель,
- охорону праці, наукові дослідження і винахідництво,
- знос малоцінних предметів та інші цехові витрати.

Кошторис загальногосподарських (загальнозаводських) витрат розробляється за наступними статтями витрат: витрати на утримання апарату управління; службові відрядження і переміщення; утримання пожежної та сторожової охорони; амортизація основних засобів загальногосподарського призначення; витрати на ремонт основних засобів; утримання будівель, споруд та інвентарю загальногосподарського призначення; орендна плата за приміщення загальногосподарського призначення; інші витрати.

Калькуляційний метод розробки кошторису витрат на виробництво продукції заснований на використанні виконаних розрахунків або калькуляцій собівартості усіх без винятку видів продукції, робіт чи послуг, запланованих у річній виробничій програмі підприємства, а також залишків незавершеного виробництва і витрат майбутніх періодів.

На основі наявних розрахунків собівартості окремих виробів з урахуванням річних обсягів виробництва розробляється *шахова відомість*, що містить всі економічні елементи і калькуляційні статті витрат.

Після складання шахової таблиці витрат розробляється уточнений загальний, або зведений кошторис витрат, запланованих підприємством на майбутній період.

Для отримання повної собівартості готової продукції з загального кошторису виключаються витрати на роботи і послуги, не пов'язані з виробництвом валової продукції, а також додаються позавиробничі витрати і враховується зміна витрат майбутніх періодів.

Кошторисний метод є найбільш поширеним на вітчизняних підприємствах. При цьому методі всі витрати на виробництво по окремих елементах кошторису визначаються відповідно даним розділів річного плану. Кошторис виробництва складається за розподілом витрат за економічними елементами: матеріальні витрати; витрати на оплату праці та відрахування на соціальні заходи; амортизація; інші операційні витрати.

До складу елемента «*матеріальні витрати*» входять:

1. Витрати на основні матеріали, напівфабрикати і комплектуючі встановлюються на основі плану річної потреби матеріальних ресурсів. До кошторису включаються лише ті витрати, які протягом планового періоду будуть витрачені і підлягають списанню на виробництво продукції. Іншими словами, потреба в матеріалах приймається без урахування зміни залишків складських запасів.

2. Витрати на допоміжні матеріали також приймаються на підставі річних планів їх потреби. До складу цих витрат прийнято включати вартість витрачених в плановому періоді покупних інструментів і малоцінного господарського інвентарю.

3. Вартість палива в кошторисі витрат планується відповідно до його використання у технологічних процесах або в господарсько-побутових службах. Загальні витрати встановлюються без урахування зміни залишків енергетичних ресурсів.

4. Вартість енергії включається до кошторису витрат окремим елементом тільки в тому випадку, якщо підприємство купує її у зовнішніх постачальників. До складу цих витрат входять всі види енергії, що витрачається: електрична (силова, освітлювальна), стиснене повітря, вода,

газ та ін. Якщо якийсь вид енергії виробляється на самому підприємстві, то дані витрати відносяться на відповідні елементи кошторису витрат (матеріали, заробітна плата і т.д.).

До складу елемента *«Витрати на оплату праці з нарахуваннями»* входять:

1. основна та додаткова заробітна плата всіх категорій персоналу визначається за діючими тарифними ставками і окладами з урахуванням складності і трудомісткості виконуваних робіт, чисельності та кваліфікації працівників. Сюди ж включається також фонд заробітної плати несписочного складу працюючих, який зазвичай відноситься на рахунок основного виробництва.

2. до загального фонду заробітної плати персоналу плануються нарахування на соціальні потреби за діючими в плановий період ставками, зокрема відрахування на обов'язкове державне пенсійне та соціальне страхування; відрахування на загальнообов'язкове, та індивідуальне страхування персоналу підприємства.

До складу елемента *«Амортизація»* входять відшкодування зносу технологічного обладнання, промислових будівель, виробничих споруд та інших основних фондів за рахунок собівартості продукції, що випускається. Загальний розмір амортизаційних відрахувань залежить від існуючих норм амортизації, терміну служби устаткування і первісної вартості основних виробничих фондів.

До елемента *«Інші операційні витрати»* включають витрати, не передбачені в попередніх статтях кошторису виробництва. По кожній з статей інших витрат необхідно обґрунтувати величину відповідних витрат за існуючими нормами або досвідченими даними.

Сукупність цих витрат за елементами становить загальний обсяг витрат на виробництво продукції.

Групування витрат за економічними елементами показує матеріальні та грошові витрати підприємства без

розподілу їх на окремі види продукції й інші господарські потреби. За економічними елементами не можна визначити собівартість одиниці продукції, тому поряд з групуванням витрат за економічними елементами витрати на виробництво плануються та враховуються за статтями витрат.

Визначення собівартості одиниці продукції за встановленими статтями (номенклатурою) витрат називається **калькулюванням**.

Планування й облік собівартості за статтями витрат необхідні для того, щоб визначити, під впливом яких факторів сформувався рівень собівартості, що показує на напрями її зниження.

Розрізняють калькулювання *планової* – обчислюється за плановими нормами і нормативами; та *звітної* собівартості – розраховується за фактичними даними.

Розрізняють три *види калькуляцій*:

- планова – собівартість визначається шляхом розрахунку витрат за окремими статтями;
- нормативна – за діючими на даному підприємстві нормами;
- звітна – складається на основі даних бухгалтерського обліку й показує фактичну собівартість виробу.

Перелік і склад статей калькулювання виробничої собівартості та продукції встановлюється підприємством з урахуванням специфіки галузі (сфери послуг) та виду діяльності підприємства, а також особливостей технології й організації виробництва та реалізації його продукції.

Відповідно до Національного стандарту, перелік **статей калькуляцій** наступний:

- сировина і матеріали (не враховуючи зворотних відходів);
- паливо і енергія на технологічні цілі;
- заробітна платня виробничих робітників (основна, додаткова);
- відрахування на соціальні заходи виробничих робітників;
- загальновиробничі витрати;
- адміністративні витрати;

- підготовка та освоєння виробництва;
- інші виробничі витрати;
- витрати на збут.

Перелік статей калькулювання виробничої та повної собівартості продукції за номенклатурою статей наступний.

Виробнича собівартість включає до свого складу такі статті:

- вартість сировини і матеріалів – матеріали розраховуються як сума добутоків норм витрачання різних видів сировини та вартості натуральної одиниці відповідних видів сировини й матеріалів;
- поворотні відходи виробництва – розраховуються як сума добутоків, різниць між нормою витрачання й чистою масою різних видів матеріалів на одиницю продукції та вартості (за натуральну одиницю) можливого використання чи реалізації відповідних видів матеріальних відходів;
- вартість напівфабрикатів власного виробництва;
- вартість купованих комплектуючих – розраховуються як сума добутоків кількості напівфабрикатів і комплектуючих виробів та вартості натуральної одиниці відповідних видів напівфабрикатів і комплектуючих виробів;
- витрати на паливо та енергію для технологічних цілей – визначаються, як сума добутоків норм витрачання різних видів палива й енергії на технологічні цілі для виготовлення одиниці продукції та відповідних тарифів;
- основна заробітна плата – розраховується на основі тарифної заробітної плати на одиницю продукції з урахуванням (у відсотках до тарифу) всіх доплат до тарифної заробітної плати;
- додаткова заробітна плата – безпосередньо відноситься на собівартість конкретних видів продукції пропорційно основній заробітній платі;
- відрахування на соціальні потреби – розраховуються як сума добутоків, встановлених чинним законодавством ставок відповідних видів обов'язкових страхових зборів і розміру витрат на оплату праці основних виробничих робітників;

- витрати на відтворення інструменту;
- витрати на утримання і експлуатацію устаткування;
- витрати на розробку та освоєння нової продукції;
- інші цехові витрати;
- загально виробничі витрати;
- втрати від браку;
- інші виробничі витрати .

Статті калькулювання **повної операційної собівартості** реалізованої продукції наступні:

- виробнича собівартість реалізованої продукції;
- адміністративні витрати – включаються загальногосподарські витрати, що пов’язані з управлінням і обслуговуванням підприємства (загальні корпоративні витрати; витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, витрати на службові відрядження персоналу апарату управління підприємством та іншого загальногосподарського персоналу; витрати на зв’язок; витрати на операційну оренду основних засобів).

- витрати на збут – включають витрати, пов’язані з реалізацією (збутом) продукції й послуг (вартість послуг допоміжних виробництв підприємства та сторонніх підприємств із упакування готової продукції, витрати на ремонт товарної тари; витрати на оплату праці та відрахування на соціальні заходи продавців, торгових агентів; витрати на дослідження ринку (маркетинг), рекламу, витрати на передпродажну підготовку продукції; витрати на транспортування готової продукції (товарів) між складам підрозділів; витрати на гарантійний ремонт і гарантійне обслуговування продукції підприємства.

- інші операційні витрати – витрати на дослідження й розробки; собівартість реалізованої іноземної валюти; втрати від знецінення запасів; визнані штрафи, пені, неустойки.

- фінансові витрати – відносять витрати на відсотки за користування отриманими кредитами та інші витрати підприємства, що пов’язані із залученням позикового капіталу.

Аналіз структури собівартості дозволяє виявити резерви зниження собівартості, розробити відповідні заходи. Групування витрат за економічними елементами використовується для узгодження показників собівартості з іншими розділами плану підприємства – матеріально-технічного постачання, по праці і кадрах, фінансовим планом. Такий аналіз використовується також для розрахунку потреби в оборотних засобах, визначенні економічної ефективності.

23.4 Планування та аналіз витрат на виробництво

Витрати підприємства на виробництво продукції характеризують ефективність використання трудових, матеріальних та фінансових ресурсів.

Метою планування витрат підприємства є економічно обгрунтоване визначення величини витрат, необхідних у плановому періоді для виробництва кожного виду та всієї продукції підприємства, що відповідає вимогам щодо її якості. Показник планової собівартості використовується для встановлення потреби в оборотних засобах, планування прибутку, формування цін, визначення ефективності окремих організаційно-технічних заходів і виробництва в цілому. Порядок та методи планування собівартості продукції (робіт) кожне підприємство встановлює самостійно, виходячи з умов своєї діяльності, але не виходячи за межі законодавства.

Метою розрахунку собівартості продукції є повне та достовірне визначення фактичної величини витрат підприємства, а також контроль за використанням матеріальних, трудових і грошових ресурсів. Інформація про фактичні витрати використовується для оцінювання й аналізу планово-економічних показників підприємства.

Розрахунки планових витрат окремих виробів, товарної і валової продукції використовуються для визначення потреби в оборотних коштах, планування прибутку,

визначення економічної ефективності окремих організаційно-технічних заходів та виробництва в цілому, а також для формування цін.

Вихідними даними для планування витрат є:

- планові обсяги виробництва, придбання та реалізація продукції (товарів, робіт, послуг) у натуральному та вартісному виразі;
- обсяги капітальних інвестицій щодо забезпечення обсягів господарської діяльності;
- норми витрат матеріальних ресурсів для здійснення господарської діяльності та розрахунок потреби в ресурсах у натуральному виразі;
- ціни на матеріально-технічні ресурси та послуги сторонніх організацій, необхідних для господарської діяльності;
- облікові ціни підприємства на ресурси, необхідні для здійснення господарської діяльності;
- норми затрат праці, розрахунки чисельності та професійного складу працівників, умови оплати їх праці, що визначаються на підприємстві;
- економічні нормативи: норми амортизаційних відрахувань, ставки відрахувань на соціальні заходи та податкові платежі тощо;
- плани організаційно-технічних заходів щодо економії матеріальних цінностей, поліпшення використання трудових ресурсів і оборотних активів.

Планування витрат підприємства виконується в такій послідовності:

1. складаються кошториси витрат і калькуляція собівартості продукції та послуг допоміжних цехів;
2. складається баланс розподілу продукції і послуг допоміжного виробництва за калькуляційними напрямками і за внутрішньозаводськими підрозділами-споживачами;
3. складаються кошториси витрат на утримання та експлуатацію устаткування, загальновиробничих та інших

виробничих витрат за цехами основного виробництва із подальшим узагальненням їх по підприємству;

4. складається калькуляція виробничої собівартості одиниці продукції за видами, розраховується виробнича собівартість усієї товарної продукції і продукції, що реалізується;

5. складається зведений кошторис витрат на виробництво з розрахунками до нього.

До зведеного кошторису витрат на виробництво входять витрати всіх структурних підрозділів підприємства, що беруть участь у виробництві продукції.

Зведений кошторис витрат на виробництво складається на основі розрахунків:

1. *Витрат на сировину*, матеріали, купівельні напівфабрикати та комплектуючі вироби, технологічне паливо й енергію в основному виробництві. Визначаються на підставі даних про обсяг виготовлення окремих виробів і технічно обґрунтованих норм витрат матеріальних ресурсів на одиницю продукції або робіт, встановлених для планового року з урахуванням передбачених у плані змін.

На основі натуральних норм витрат і цін на матеріальні ресурси, що споживаються, розраховуються норми витрат у вартісному виразі (з урахуванням вартості зворотних відходів).

2. *Витрати електроенергії* оцінюються виходячи із середньої вартості відповідних видів енергії, що використовується на підприємстві, з діючих тарифів на енергію, придбану в сторонніх підприємств і організацій, та планової собівартості енергії, що виробляється власним виробництвом.

3. *Розрахунок основної та додаткової заробітної плати* робітників, зайнятих виробництвом продукції (виконанням робіт, наданням послуг), здійснюється окремо для робітників, які знаходяться на відрядній оплаті праці, і робітників, які знаходяться на почасовій оплаті праці.

Сума основної заробітної плати:

- робітників за відрядною оплатою праці визначається виходячи з обсягу виробництва відповідних видів продукції, установленої трудомісткості (норм виробітку), відрядних розцінок і середньої годинної (денної, місячної) тарифної ставки;

- робітників за почасовою оплатою праці визначається виходячи з їх планової чисельності і середньої тарифної ставки або посадового окладу.

Додаткова заробітна плата планується у розмірах, передбачених Кодексом законів України про працю, іншими актами законодавства України, колективними договорами підприємств з дотриманням норм і гарантій, передбачених законодавством, Генеральною та галузевими (регіональними) угодами.

4. *Відрахування на соціальні заходи* здійснюються відповідно до законів України, а саме складаються з відрахувань на соціальні заходи, Пенсійний фонд, інші подібні заходи.

5. *Амортизація основних фондів* – виступає у вигляді амортизаційних відрахувань на повне їх відтворення обчислюється за встановленими нормами від балансової вартості. Амортизація нематеріальних активів здійснюється за рівномірно-лінійним методом, виходячи з терміну функціонування цих активів.

6. *До інших витрат* включають ті витрати, які за змістом не входять до перелічених, а саме це витрати на оплату послуг зв'язку, витрати на відрядження, охорону, гарантійний ремонт, оренду тощо.

Об'єктами аналізу собівартості продукції є такі показники:

- повна собівартість товарної продукції в цілому та за елементами витрат;
- витрати на гривню товарної продукції;
- собівартість порівнянної товарної продукції;
- собівартість окремих виробів;
- окремі елементи й статті витрат.

При аналізі собівартості використовуються такі джерела інформації:

- звіт про витрати на виробництво й реалізацію продукції (робіт, послуг) підприємства;
- планові та звітні калькуляції собівартості продукції;
- дані синтетичного й аналітичного обліку витрат за основними і допоміжними виробництвами.

Проаналізувавши комплексні витрати можна виявити додаткові резерви зниження витрат на виробництво продукції, підвищення ефективності виробництва. До складу собівартості товарної продукції входять комплексні витрати, які являють собою витрати на обслуговування виробництва й керування, витрати на підготовку й освоєння виробництва нових видів продукції, втрати від браку, інші виробничі витрати, невиробничі витрати.

Значним резервом зниження собівартості продукції є розширення спеціалізації й кооперування. На спеціалізованих підприємствах з масово-потоким виробництвом собівартість продукції значно нижча, ніж на підприємствах, що виробляють цю саму продукцію в невеликих кількостях. Розвиток спеціалізації потребує встановлення й найбільш раціональних кооперованих зв'язків між підприємствами.

Зниження собівартості продукції забезпечується насамперед за рахунок підвищення продуктивності праці. Із зростанням продуктивності праці скорочуються витрати праці на одиницю продукції, а значить, зменшується частка заробітної плати в структурі собівартості.

При плануванні важливе значення має інформація про зміни обсягу виробництва і реалізації продукції, розміру сукупних витрат і прибутку.

Знання залежності цих показників дає можливість визначити критичні рівні випуску, тобто рівень, при якому прибуток буде максимальним, або рівень, при якому не буде ні прибутку, ні збитків. Тому виникає необхідність визначення кількості продукції, яку необхідно реалізувати, щоб досягти беззбитковості. Такий обсяг реалізації

називають безприбутковим, або точкою беззбитковості, а також «критичною точкою», або «порогом рентабельності». Головною умовою даної рівноваги, є відповідність величини маржинального доходу сумі постійних витрат.

Аналіз беззбитковості дозволяє визначити можливість беззбиткової роботи підприємства, можливість покриття збільшення обсягу продажу витрат для проведення маркетингових програм, окупність модернізації виробництва та доцільність виведення на ринок нового товару.

Метою проведення аналізу беззбитковості є оцінка:

- початкового періоду функціонування нового підприємства;
- прибутковості нового виду послуг або нової предметно-цільової спеціалізації;
- прибутковості інвестицій при нарощуванні основного капіталу тощо.

Одночасно при аналізі беззбиткового стану підприємства необхідно враховувати певні умови, а саме.

1. Аналізують рівень виробництва попередніх періодів і для якого є інформація про витрати, а також рівень виробництва, якого підприємство планує досягти в майбутньому.

2. Припускається, що середні витрати і ціна реалізації одиниці продукції залишаються незмінними, а це забезпечується лише в межах діючого рівня обсягів виробництва.

3. Наявність можливості чітко поділити витрати на постійні і змінні. Точність визначення рівня беззбитковості залежить від того, наскільки правильно розподілені витрати на змінні і постійні.

4. Залишаються постійними всі інші показники, крім тих, що аналізується. Тобто показники, наприклад продуктивність, номенклатура продукції, технологія виробництва, рівень цін, повинні залишатися незмінними, а у випадку зворотного результату аналізу беззбитковості, будуть неправильними.

5. Обсяг реалізації дорівнює обсягу виробництва. Тобто підприємство повинно продавати стільки продукції, скільки виробляє, при цьому постійні витрати, враховуються як витрати цього періоду. У протилежному випадку враховані постійні витрати не будуть збігатися з фактичними постійними витратами. Сума врахованих постійних витрат дорівнює сумі фактичних витрат лише тоді, коли обсяг виробництва дорівнює обсягу реалізації.

Точка беззбитковості, або точка критичного обсягу виробництва, в натуральному вираженні за методом маржинального оцінювання, може бути визначена за такими алгоритмами:

$$BP = B_{зм} + B_{пост}; \quad (23.1)$$

$$\begin{aligned} Op \cdot Ц &= Op \cdot B_{зм.од.} + B_{пост}; \\ Op(Ц - B_{зм.од.}) &= B_{пост}; \end{aligned}$$

Таким чином:

$$Op(Tб) = \frac{B_{пост}}{Ц - B_{зм.од.}} = \frac{B_{пост}}{MДод.}; \quad (23.2)$$

де BP - виручка від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг, грн. ;

$B_{зм}$ - витрати виробничі змінні, грн. ;

$B_{пост.}$ - витрати постійні, грн. ;

$B_{зм.од.}$ - витрати змінні на одиницю продукції (товару), грн. ;

Op ($Tб$) - кількість товару, продаж якого забезпечує беззбитковий стан підприємства, тобто точка беззбитковості, од.;

$Ц$ - ціна одиниці товару (продукції), грн. ;

$MДод.$ - маржинальний дохід на одиницю продукції грн.

Графічно точка беззбитковості визначається у точці перетину ліній виручки від реалізації та сукупних витрат. На осі абсцис визначають обсяг реалізації (очікуваний продаж)

проводимо вертикальну лінію до точки обсягу виручки у розмірі) і від початку координат через неї проводимо пряму сукупного доходу від реалізації. Визначаємо величину змінних витрат за очікуваного обсягу реалізації і відкладаємо по осі ординат від лінії сукупних постійних витрат. Через отриману точку проводимо лінію сукупних витрат. У результаті отримана точка безбитковості відповідає обсягу реалізації продукції. На графіку між лініями сукупного доходу від реалізації і сукупних витрат створюється ліворуч від точки безбитковості область збитків, а праворуч від неї - область прибутку. Справа на графіку показана область сукупних постійних і змінних витрат, які разом утворюють величину сукупних витрат.

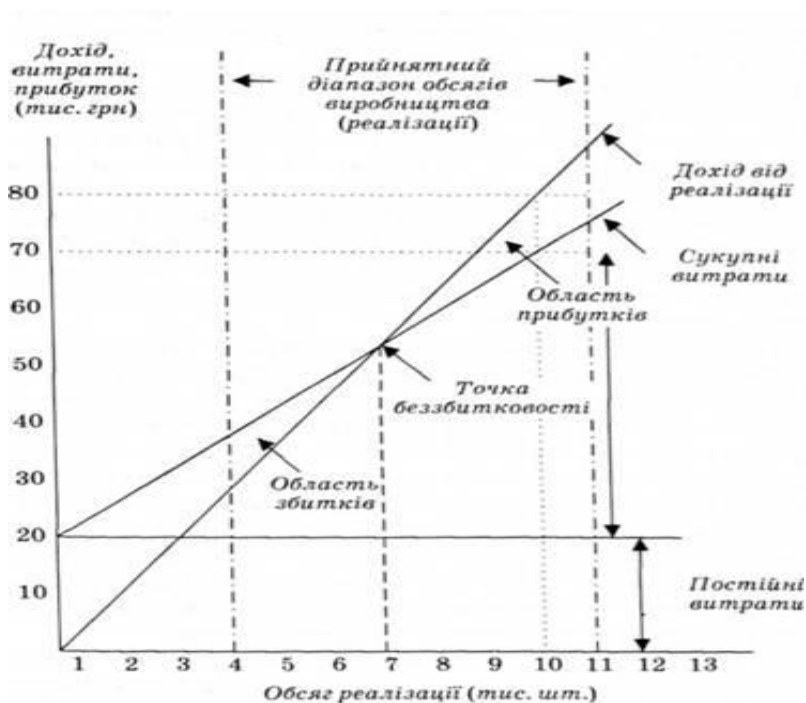


Рис. 23.1. Графік точки безбитковості

Слід зазначити, що графік точки беззбитковості не дає розміру прибутку і збитків для різних обсягів виробництва (реалізації). Для встановлення розмірів прибутку або збитків за цим графіком необхідно визначати відстань між лініями сукупних витрат і сукупного доходу.

Більш наочне зображення впливу змін обсягу виробництва (реалізації) на прибуток дає графік прибутків (збитків) та обсягу виробництва (реалізації), поданий на рис. 23.2.

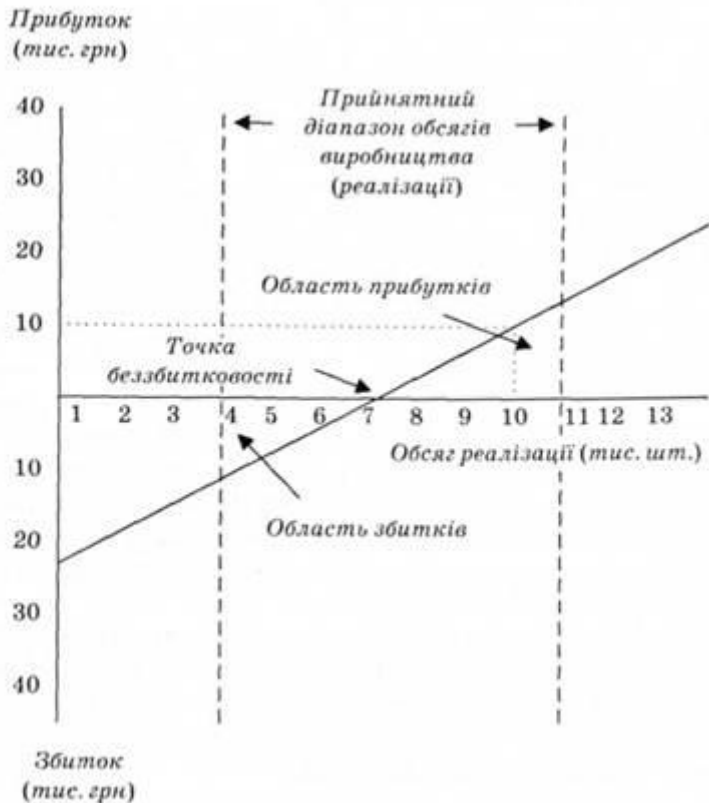


Рис. 23.2 Графік прибутків (збитків) та обсягу виробництва (реалізації)

Горизонтальна вісь представляє різні рівні обсягу виробництва і реалізації, а прибуток і збитки за цей період позначаються на вертикальній осі. Лінія прибутку проводиться через максимальну суму збитків при нульовому обсягу виробництва (реалізації) (тобто це фактично сума постійних витрат) і обсяг виробництва, при якому визначається точка беззбитковості. Якщо підприємство виробляє (реалізує) продукції менше цього критичного обсягу, то воно зазнає збитків. На графіку цей проміжок виділений як область збитків.

Виробництво (реалізація) продукції в більшому обсягу, ніж критичний, дозволяє отримати прибуток. Тому правий бік графіка визначений як область прибутку.

Графік дає можливість визначити прибуток або збиток за будь-якого обсягу виробництва (реалізації). Вертикальна лінія з точки цього обсягу перетинається з лінією прибутку. З точки перетину проводиться горизонтальна лінія, яка в точці перетину з вертикальною віссю показує величину прибутку. Аналогічний розрахунок можливий для будь-якого обсягу реалізації.

? ! || ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Поняття та визначення витрат виробництва.
2. Використання ресурсів та їх трансформація у витрати.
3. Класифікація витрат за ознаками.
4. Поняття собівартість продукції.
5. Види собівартості.
6. Сутність кошторису витрат.
7. Методи складання кошторису.
8. Поняття калькуляції собівартості продукції.
9. Калькулювання виробничої собівартості продукції.
10. Калькулювання повної собівартості.
11. Послідовність планування витрат.
12. Планування зведеного кошторису витрат.
13. Аналіз собівартості продукції.

14. Сутність та значення розрахунку «точки безбитковості».
15. Методика побудови графіку безбитковості.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТИВ

1. Обґрунтування та вибір стратегії зниження витрат на підприємствах України.
2. Доцільність використання системи управління витратами на вітчизняних підприємства з урахуванням зарубіжного досвіду.
3. Прогнозування собівартості нових виробів на етапі їх проектування.
4. Зміна критичного обсягу виробництва продукції під впливом окремих чинників.
5. Особливості планування собівартості продукції підприємств різних форм господарювання.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Вид діяльності, яка зумовлена придбанням і реалізацією необоротних активів, короткострокових фінансових інвестицій та продажем основних засобів і нематеріальних активів, придбанням чи продажем довгострокових фінансових інвестицій це:
 - а) інвестиційна;
 - б) операційна;
 - в) фінансова;
 - г) звичайна.
2. До складу прямих матеріальних витрат зараховується:
 - а) вартість сировини й основних матеріалів, покупні напівфабрикати, комплектуючі вироби, допоміжні матеріали;

- б) вартість сировини й основних матеріалів, покупні напівфабрикати, заробітна плата й інші виплати працівникам;
 - в) вартість сировини й основних матеріалів, покупні напівфабрикати, інші виробничі витрати;
 - г) вартість сировини й основних матеріалів, покупні напівфабрикати, допоміжні матеріали, виконанні робіт, наданні послуг, що можуть бути віднесені до певного об'єкту витрат.
3. Витрати підприємства, що виникають у зв'язку з його основною діяльністю, пов'язаною з виробництвом та реалізацією продукції, яка забезпечує основну частку його доходу:
- а) операційні;
 - б) фінансові;
 - в) непередбачувані;
 - г) інвестиційні.
4. Адміністративно-господарські витрати відносять до:
- а) непрямих витрат;
 - б) прямих матеріальних витрат;
 - в) постійних витрат;
 - г) незмінних витрат.
5. Витрати на витрати на організацію виробництва продукції відносять до:
- а) непрямих витрат;
 - б) прямих витрат;
 - в) змінних витрат;
 - г) перемінних витрат.
6. Собівартість, яка визначається під час складання необхідного комплексу проектних документів за кошторисними нормами та цінами, які діють на момент її розрахунку – це:
- а) нормативна;
 - б) планова;
 - в) повна;
 - г) фактична.

7. Залежно від часу формування затрат собівартість буває:
- а) нормативна, планова, фактична;
 - б) цехова, повна, виробнича;
 - в) змінна, виробнича, повна;
 - г) вірна відповідь відсутня.
8. Витрати підприємства пов'язані з основною його діяльністю за певний період, незалежно від того відносяться вони до собівартості продукції в цьому періоді чи ні це:
- а) кошторис витрат;
 - б) калькулювання;
 - в) операційні витрати;
 - г) звичайні витрати.
9. Визначення собівартості одиниці продукції за встановленими статтями (номенклатурою) витрат називається :
- а) калькулювання;
 - б) кошторис витрат;
 - в) фактична собівартість;
 - г) всі відповіді вірні.
10. Вартість сировини, матеріалів, напівфабрикатів, палива та енергії, оплата праці відносять до собівартості:
- а) виробничої;
 - б) повної;
 - в) змінної;
 - г) реалізованої продукції.
11. Основна і додаткова оплата праці, відрахування на соціальні потреби, витрати на утримання устаткування, витрати на паливо відносять до собівартості:
- а) виробничої;
 - б) повної;
 - в) змінної;
 - г) реалізованої продукції.
12. Виробнича собівартість реалізованої продукції, адміністративні витрати відносять до собівартості:
- а) повної;

б) валової;

в) виробничої;

г) планової.

13. Витрати на збут, фінансові витрати відносять до собівартості:

а) повної;

б) валової;

в) виробничої;

г) змінної.

14. До складу прямих витрат на оплату праці зараховується:

а) заробітна плата й інші виплати працівникам, зайнятим безпосередньо на виробництві продукції, виконанні робіт, наданні послуг, що можуть бути віднесені до певного об'єкту витрат;

б) вартість сировини й основних матеріалів, покупні напівфабрикати, комплектуючі вироби, допоміжні матеріали;

в) вартість сировини й основних матеріалів, покупні напівфабрикати, заробітна плата й інші виплати працівникам;

г) вартість сировини й основних матеріалів, покупні напівфабрикати, інших виробничих витрат.

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

- 24.1 Загальна характеристика фінансової діяльності підприємства.
- 24.2 Фінансовий план та фінансова звітність підприємства.
- 24.3 Сутність та різновиди доходу підприємства.
- 24.4 Сутність, види, формування та розподіл прибутку підприємства.
- 24.5 Система показників рентабельності діяльності підприємства.
- 24.6 Оцінювання фінансового стану підприємства.

Ключові терміни

- *фінансова діяльність;*
- *фінансування;*
- *чистий прибуток;*
- *валовий прибуток;*
- *джерела формування прибутку;*
- *рентабельність*
- *показники фінансового стану підприємства*

24.1 Загальна характеристика фінансової діяльності підприємства

Наслідком будь-якої господарської діяльності підприємства завжди є формування фінансових відносин між підприємством, іншими підприємствами та ланками фінансової системи. Такі відносини виникають в результаті надходження виручки та здійснення платежів, закупівлі та продажу, накопичення та витрачання матеріальних та інших

цінностей, надання та одержання позик, інвестиційних операцій тощо. Гроші та грошовий обіг підприємства мають для бізнесу таке саме значення, як кровообіг для живого організму. Якщо компанія, або підприємство управляє грошовими ресурсами не професійно, це може призвести до неплатоспроможності, банкрутства. Саме тому в основу фінансової діяльності підприємства покладений бухгалтерський облік, за допомогою якого усі різноманітні види комерційної діяльності оцінюються в єдиній «системі координат», за допомогою грошових одиниць.

Отже, **суть фінансової діяльності** підприємства полягає у виникненні грошових відносин, пов'язаних з безперервним кругообігом коштів у формах витрачання ресурсів, одержання доходів, їх використання, а також із приводу відносин з постачальниками, покупцями продукції, працівниками підприємства, державними органами та ін.

Фінансова діяльність передбачає виконання певних функцій, без яких господарська діяльність підприємства неможлива, а саме:

- планування річних бюджетів основної діяльності, капітальних вкладень й аналіз їх виконання;
- визначення на основі аналізу політики фінансування господарської діяльності та її реалізація;
- інвестиційна політика підприємства або компанії;
- податкова політика, в тому числі оптимізація податкових платежів;
- організація аудиторської перевірки;
- кредитна політика;
- управління активами й капіталом компанії.

У невеликих підприємствах усі фінансові функції виконуються бухгалтерією. У підприємствах середнього розміру, поряд з бухгалтерією, діє фінансовий відділ. У великих підприємствах можуть бути кілька фінансових підрозділів (фінансовий відділ, бухгалтерія, аудиторській відділ, відділ податків), які підпорядковуються фінансовому директорові.

Основні завдання фінансової діяльності підприємства полягають у наступному:

- вибір форм фінансування та їх оптимальне співвідношення;
- вибір структури капіталу підприємства, напрямків його використання; збалансування надходжень і видатків платіжних засобів підприємства в часі;
- забезпечення своєчасності розрахунків; підтримання необхідної ліквідності.

Фінансова діяльність підприємства може бути організована наступними *методами*:

1. Комерційний розрахунок є раціональним і високоефективним методом фінансової діяльності, він націлює підприємство на пошук достатніх і дешевих фінансових ресурсів, раціональне їх розміщення, мінімізацію витрат і максимізацію доходів та прибутку. Комерційний розрахунок притаманний ринковій економіці та ґрунтується на таких принципах:

- повна господарська та юридична відокремленість;
- самоокупність – повне покриття витрат за рахунок отримання доходів;
- прибутковість – отримані доходи мають не тільки покрити витрати, а й сформувати прибуток;
- самофінансування – передбачає покриття витрат на розвиток виробництва за рахунок отриманого прибутку та залучених кредитів, які також погашаються за рахунок прибутку;
- фінансова відповідальність – підприємство несе повну відповідальність за фінансові результати своєї діяльності.

2. Неприбуткова діяльність – формування фінансових ресурсів здійснюється за рахунок спонсорських та інших надходжень, насамперед від засновників. Цей метод організації фінансової діяльності не передбачає принципу прибутковості. Головна мета функціонування неприбуткового підприємства – забезпечення певних потреб суспільства, а не отримання прибутку. На таких засадах

можуть здійснювати свою діяльність установи соціальної сфери та підприємства муніципального господарства.

3. Кошторисне фінансування – полягає в забезпеченні витрат за рахунок зовнішнього фінансування за двома напрямками: з бюджету і з централізованих фондів корпоративних об'єднань.

Фінансування – це залучення необхідних коштів для покриття потреби підприємства в основному і оборотному капіталі.

Зміст фінансової діяльності підприємства полягає в належному забезпеченні фінансування суб'єкта підприємницької діяльності.

Відповідно до джерел – фінансування поділяється на *внутрішнє та зовнішнє*, а також *власні та залучені* кошти:

- внутрішнє фінансування здійснюється за рахунок коштів, одержаних від діяльності самого підприємства: прибуток, амортизаційні відрахування, виручка від продажу чи здавання в оренду майна.

- зовнішнє фінансування використовує кошти, не пов'язані з діяльністю підприємства: внески власників у статутний капітал (безпосередньо або у формі купівлі акцій), кредити, зобов'язання боржників, державні субсидії тощо;

- залучені – банківські кредити; позики інших підприємств; кошти від випуску векселів та інших боргових зобов'язань; кошти від емісії та реалізації цінних паперів, які належать підприємству; іноземні інвестиції.

Структура джерел фінансування підприємства залежить від багатьох факторів: від оподаткування доходів підприємства; темпів зростання реалізації товарної продукції та їхньої стабільності; структури активів підприємства; стану ринку капіталу; відсоткової політики комерційних банків; рівня управління фінансовими ресурсами підприємства, тощо.

Основними **джерелами фінансування** діяльності підприємства є:

1. *Статутний капітал* – це виділені підприємству або залучені ним кошти на засадах, визначених чинним законодавством, фінансові ресурси у вигляді грошових коштів або вкладень у майно, матеріальні цінності, нематеріальні активи, цінні папери, закріплені за підприємством правом власності або повного господарського відання.

Порядок і джерела формування статутного капіталу залежить від типу підприємства і форми власності, на базі якої воно функціонує. За рахунок статутного капіталу підприємство формує свої власні (основні й оборотні) кошти. Окрім грошових коштів, статутний капітал може формуватися за рахунок надходжень майна (будівлі, машини, устаткування, транспортні засоби сировина, матеріали, інші товарно-матеріальні цінності), цінних паперів та нематеріальних активів. До нематеріальних активів належить вартість права користування результатами інтелектуальної праці у вигляді винаходів, «гудвілів», промислових зразків, технологій, «ноу-хау», раціоналізаторських пропозицій, звітів про науково-дослідні роботи та ін.

Чинне законодавство передбачає мінімальні розміри статутних капіталів, при яких допускається державна реєстрація підприємства.

2. *Кошти амортизаційного фонду.*

Амортизаційні відрахування включаються до складу валових витрат, що враховуються для обчислення оподаткованого прибутку. Амортизаційні кошти надходять на підприємство у складі виручки від реалізації готової продукції (робіт, послуг) і нагромаджуються в амортизаційному фонді для подальшого використання як джерела відтворення вартості основних засобів.

За рахунок амортизаційних відрахувань фінансуються витрати:

1) на придбання основних засобів та нематеріальних активів для власного виробничого використання, у тому числі на самостійне виготовлення основних засобів для власних

виробничих потреб (включно з витратами на виплату заробітної плати працівникам, які зайняті на виготовленні таких основних засобів);

2) на здійснення всіх видів ремонту, реконструкції, модернізації та інших способів поліпшення основних засобів.

3. Банківське кредитування.

Діяльність підприємства в системі ринкової економіки неможлива без періодичного використання різноманітних форм залучення кредитів.

Нині найпоширенішим видом кредиту є банківський. За таким кредитуванням підприємство виступає тільки в ролі позичальника. Залежно від мети кредит може видаватися на:

- фінансування оборотного капіталу;
- фінансування основного капіталу;
- викуп приватизованого підприємства.

Чинне українське законодавство забороняє надавати підприємствам кредити на:

- покриття збитків від господарської діяльності;
- формування і збільшення статутних капіталів банків;
- для внесення платежів у бюджет і позабюджетні фонди.

Не можуть отримати кредити підприємства: проти яких порушено справу про банкрутство (крім кредитування заходів фінансової санації); під укладені ними контракти, які не передбачають захисту позичальника від можливих втрат, пов'язаних із затримками в поставках товарів; коли вони мають прострочену заборгованість за раніше виданими кредитами.

Характерною рисою фінансування за допомогою кредитів є необхідність матеріальної гарантії або забезпечення кредиту.

4. Оренда основних фондів (лізинг).

Лізинг в перекладі з англійської – це оренда. В підприємницькій діяльності під лізингом розуміють довготермінову оренду основних фондів з можливим подальшим викупом майна орендаром по залишковій вартості. Лізинг – це також фінансова операція. По суті це

цільовий кредит, який бере в банку під закупку обладнання спеціалізована лізингова компанія. Вона таки може здавати викуплене обладнання підприємству в оренду при умові повернення підприємством кредиту, виплати відсотків і комісійних. Отже лізинг – це довготермінова оренда машин, обладнання, споруд виробничого призначення.

Лізинг – є способом фінансування інвестицій і активізації збуту. Він передбачає збереження прав власності на товар за орендодавцем. Здійснюючи лізингові операції, орендодавець купує машини, обладнання, транспортні засоби, виробничі споруди, ЕОМ, інші основні фонди і передає їх за угодою орендареві для використання з виробничою метою, зберігаючи при цьому право власності на них до кінця угоди.

У межах довготермінової оренди розрізняють дві форми лізингу фінансовий та оперативний.

Фінансовий лізинг полягає у тому, що за час дії лізингової угоди орендатор виплачує орендодавцеві всю суму амортизації орендованого майна. Після закінчення такої угоди орендатор може:

- 1) вернути об'єкт лізингу орендодавцю;
- 2) укласти новий контракт на оренду;
- 3) викупити об'єкт лізингу за залишковою вартістю.

Об'єктами фінансового лізингу є переважно виробничі будівлі та споруди.

Оперативний лізинг (деколи називають сервісним лізингом) – це передання майна в оренду згідно з угодою, термін якої коротший амортизаційного періоду майна. Після закінчення терміну дії угоди предмет договору може бути повернений власнику або знову зданий в оренду, але вже за меншу плату. При цьому користувачеві надають супутні послуги обслуговування, ремонт і страхування орендованого майна.

5. Комерційне кредитування.

Комерційний кредит – це одна з найперших форм кредитних відносин в економіці, саме він породив вексельний

обіг і тим самим сприяв розвитку безготівкового грошового обігу.

Основна мета комерційного кредиту полягає в прискоренні процесу реалізації товарів і отримання закладеного в них прибутку. Комерційний кредит – це відповідна угода між двома підприємствами – продавцем (кредитором) і покупцем (позичальником). Інструментом комерційного кредиту традиційно є вексель, що визначає фінансові зобов'язання позичальника стосовно кредитора.

Комерційний кредит належать до короткотермінових кредитів, на вартість якого впливають два фактори: знижка при отриманні комерційного кредиту та термін оплати комерційного кредиту.

До переваг комерційного кредиту належать:

- оперативність надання коштів у товарній формі;
- технічна нескладність оформлення угоди;
- надання підприємству ширших можливостей маневрування оборотними коштами;
- сприяння розвитку кредитного ринку.

Недоліками комерційного кредиту є:

- обмежені можливості в часі та розмірах;
- наявність помітного ризику для кредитора;
- можливість небажаного впливу банків, що дисконтують векселі.

6. Спеціальні фонди та програми.

Фінансування підприємства також можна проводити за рахунок спеціальних фондів та програм. Спеціальні фонди здійснюють адресну підтримку підприємств для стимулювання розвитку окремих галузей національної економіки. Так в Україні діють наступні спеціальні фонди та програми:

- 1) Державний інноваційний фонд із регіональними відділеннями;
- 2) Державний фонд сприяння конверсії;
- 3) Фонд фундаментальних досліджень при Державному комітеті питань науки та технології;

- 4) Регіональний фонд підтримки малого бізнесу;
 - 5) Державні програми підтримки та розвитку малого бізнесу в Україні;
 - 6) Сервісні організації у галузі розвитку інфраструктур підприємств малого бізнесу;
 - 7) Міжнародні донорські організації.
7. *Фінансування через емісію та розміщення цінних паперів.*

В умовах ринкової економіки важливим об'єктом обліку є фінансові вкладення тобто затрати підприємства на придбання цінних паперів, дольову участь в роботі підприємства, займи іншим підприємствам під векселя та інші зобов'язання.

В залежності від форми надання капіталу і способу виплати доходу цінні папери поділяються на боргові та дольові (пайові) на капітальні і грошові.

Капітальні цінні папери відносяться до «фактору довгих грошей» і включають, акції, облігації і казначейські зобов'язання.

Грошові цінні папери складають «сектор коротких грошей». До них відносяться казначейські і муніципальні векселі, депозитні сертифікати, чеки, ф'ючерсні контракти, комерційні зобов'язання та інші.

24.2 Фінансовий план та фінансова звітність підприємства

Планування виробничо-фінансової діяльності на підприємствах передбачає складання виробничого і фінансового планів. **Фінансовий план** є складовою бізнес-плану підприємства і має вигляд таблиці, в якій відображаються розрахунок обсягу фінансових результатів, а також обсяги надходжень і напрямки використання фінансових ресурсів підприємства в запланованому році.

Призначення фінансового плану полягає у визначенні обсягу фінансових результатів, а також сукупної потреби підприємства у певних розмірах фінансових ресурсів,

необхідних для фінансування передбачених обсягів розширення виробництва, виконання фінансово-кредитних зобов'язань, розв'язання соціальних завдань і матеріального стимулювання працівників підприємства.

Необхідність фінансового плану полягає в тому, щоб дати можливість керівництву підприємства отримати уявлення про те, який обсяг фінансових результатів підприємство планує отримати у плановому році, які фінансові ресурси, у яких обсягах і звідки надходять, на які цілі вони витрачаються, виявити резерви збільшення власних фінансових ресурсів, здійснювати режим економії та контроль за цільовим використанням коштів.

Фінансовий план кожне підприємство складає самостійно за встановленою формою. Фінансовий план підприємства складається з двох частин:

1. Формування чистого прибутку.

2. Джерела формування і надходження коштів та напрямки їх використання.

У першій частині фінансового плану передбачається розрахунок фінансових результатів від усіх видів діяльності підприємства, а також чистого прибутку і його розподіл.

Друга частина фінансового плану містить наступні розділи:

1. Розділ «Джерела формування і надходження коштів» відображає показники: чистий прибуток; нерозподілений прибуток минулих років; амортизаційні відрахування; довгострокові і короткострокові кредити банків; інші довгострокові фінансові зобов'язання; інші довгострокові зобов'язання; короткострокові кредити банків; суми авансів, отриманих від поставок продукції, виконання робіт і надання послуг; товари, роботи, послуги, отримані на умовах відстрочки платежу; цільове фінансування і цільові надходження (приріст оборотних активів; довгострокові і поточні фінансові інвестиції та ін.).

2. Розділ «Приріст активів підприємства» відображає обсяг капітальних інвестицій разом та за їх окремими видами.

3. Розділ «Повернення залучених коштів» передбачає погашення довгострокових і короткострокових кредитів банків, довгострокових фінансових та інших зобов'язань, повернення інших боргів.

4. Розділ «Витрати, пов'язані з внесенням обов'язкових платежів до бюджету і державних цільових фондів» включає суми сплати поточних податків і обов'язкових платежів до бюджету разом та за їх видами – податку на прибуток, інших податків, внесків на державне пенсійне і соціальне страхування та інші обов'язкові платежі.

5. Розділ «Покриття збитків минулих періодів» відображає суми, що спрямовуються підприємством на покриття збитків минулих років.

6. Розділ «Елементи операційних витрат» відображає вартість матеріальних витрат разом, у тому числі за джерелами придбання: за прямими договорами; на біржах; на інших умовах. Крім матеріальних витрат у цьому ж розділі відображаються витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, амортизацію та інші операційні затрати.

7. Розділ «Розрахунок податку на додану вартість» включає суму податкового зобов'язання з ПДВ, операцій, з яких стягується ПДВ, отриманих пільг, податкового кредиту і чиста сума податкового зобов'язання на поточний період.

Річний фінансовий план складається з поквартальним розбиттям за його показниками. В основу складання фінансового плану покладено балансовий метод, тобто узгодження витрат з джерелами їх фінансування.

Фінансовий стан підприємства і результати його діяльності за звітний період відображає фінансова звітність. **Звітність** – це система показників у формі таблиці, які відображають обсяг і результати діяльності підприємства. Її складання – це завершальний етап облікової роботи.

Метою звітності є забезпечення загальних інформаційних потреб широкого кола користувачів, які покладаються на неї як на основне джерело фінансової інформації під час прийняття економічних рішень.

Користувачами фінансової звітності виступають наступні суб'єкти:

- інвестори та власники – для придбання, продажу та володіння цінними паперами, участі у капіталі підприємства, для оцінки якості управління, визначення суми дивідендів, що підлягають розподілу;
- керівництво підприємства – для подальшого регулювання діяльністю підприємства;
- банки, постачальники та інші кредитори – для забезпечення зобов'язань підприємства, оцінці здатності своєчасно виконувати свої зобов'язання;
- органи державного управління – для формування макроекономічних показників.

Для прийняття економічних рішень користувачами фінансових звітів необхідна інформація про фінансовий стан, результати діяльності та зміни у фінансовому стані підприємства.

Документація, яка ведеться підприємством, містить масу деталізованої інформації, ознайомившись з якою керівництво зможе дізнатися про справжній стан речей з метою розробки або зміни політики і контролю фактичної діяльності у відповідності зі встановленою політикою. Зазначені інформаційні потреби обумовили склад фінансової звітності:

- Баланс;
- Звіт про фінансові результати;
- Звіт про власний капітал;
- Примітки до звітів.

В таблиці 24.1 наведено зміст та призначення фінансової звітності.

Таблиця 24.1

Призначення основних компонентів фінансової звітності

Компонент фінансової звітності	Зміст	Використання інформації
Баланс	Наявність економічних ресурсів, які контролюються підприємствами на дату балансу	Оцінка структури ресурсів підприємства, їх ліквідності та платоспроможності підприємства; прогнозування майбутніх потреб у позиках; оцінка та прогнозування змін в економічних ресурсах, які підприємство, ймовірно, контролюватиме в майбутньому
Звіт про фінансові результати	Доходи, витрати і фінансові результати діяльності підприємства за звітний період	Оцінка та прогноз: прибутковості діяльності підприємства; структури доходів та витрат.
Звіт про власний капітал	Зміни у складі власного капіталу підприємства протягом звітного періоду	Оцінка та прогноз змін у власному капіталі
Звіт про рух грошових коштів	Генерування та використання грошових коштів протягом звітного періоду	Оцінка та прогноз операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства.
Примітки	Інформація, що не наведена безпосередньо у фінансових звітах, але обов'язкова за П(С)БО. Додатковий аналіз статей звітності, необхідний для забезпечення її	Оцінка та прогноз: облікової політики; ризиків, які впливають на підприємство, його ресурси та зобов'язання; діяльності підрозділів

24.3 Сутність та різновиди доходу підприємства

Доход підприємства – це фінансові ресурси, що формуються в результаті виробництва та реалізації товарів, забезпечують кругообіг основного та оборотного капіталу.

При аналізі фінансової діяльності підприємства більша увага приділяється розгляду структури одержуваних доходів, а так само динаміку формування прибутку. Це пов'язано з тим, що прибуток є основним оціночним показником діяльності фірми, а так само є джерелом надходження доходів до бюджету держави, за допомогою системи оподаткування.

Найважливішим фактором, що впливає на суму всіх видів прибутку підприємства, є розмір доходів, формованих їм у процесі діяльності.

Доходами підприємства визнаються:

1. Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) відображає загальні надходження від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) без вирахування наданих знижок, повернення проданих товарів та непрямих податків (податку на додану вартість, акцизного збору тощо). Цей показник ототожнюють з показником виручка (доход) від реалізації продукції основної діяльності.

Основний вид діяльності підприємства визначають операційну діяльність, мету якої прирівнюють з метою створення підприємства. Вона є основним джерелом доходу підприємства. Характер операційної діяльності підприємства визначається специфікою сфери або галузі економіки, до якої вона належить.

Доходи від основної (операційної) діяльності – це виручка від реалізації продукції (товарів, робіт та послуг), яка розраховується на основі обсягу реалізованої продукції, виходячи з діючих цін (без ПДВ, акцизів, торгівельних та збутових знижок). ПДВ, акцизний збір, мито та інші податки

включаються до ціни, але вони перераховуються до бюджету і не належать підприємству.

2. *Інші операційні доходи* відображають суми інших доходів від операційної діяльності підприємства, крім доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг): дохід від операційної оренди активів; дохід від операційних курсових різниць; відшкодування раніше списаних активів; дохід від реалізації оборотних активів (крім фінансових інвестицій) тощо.

3. *Дохід від участі в капіталі та інші фінансові доходи.* Доход від участі в капіталі відображає надходження, отримані від інвестицій в асоційовані, дочірні або спільні підприємства, облік яких здійснюється методом участі в капіталі. Інші фінансові доходи передбачають дивіденди, відсотки та інші доходи, отримані від фінансових інвестицій (крім доходів, які обліковуються за методом участі в капіталі).

4. *Інші доходи* включають дохід від реалізації фінансових інвестицій, необоротних активів і майнових комплексів; дохід від не операційних курсових різниць та інші доходи, які виникають у процесі звичайної діяльності, але не пов'язані з операційною діяльністю підприємства. При цьому під звичайною діяльністю розуміється будь-яка основна діяльність підприємства, а також операції, що її забезпечують або виникають внаслідок її проведення.

5. *Надзвичайні доходи* відображають:

- невідшкодовані втрати від надзвичайних подій (стихійного лиха, пожеж, техногенних аварій тощо), включаючи витрати на запобігання виникненню втрат від стихійного лиха та техногенних аварій без суми страхового відшкодування та покриття втрат від надзвичайних ситуацій за рахунок інших джерел;
- доходи від інших подій та операцій, які відповідають визначенню надзвичайних.

Відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку не визнаються доходами такі надходження:

1) сума податку на додану вартість, акцизів, інших податків і обов'язкових платежів, що підлягають перерахуванню до бюджету й позабюджетних фондів;

2) сума надходжень за договором комісії, агентським та іншим аналогічним договором;

3) сума попередньої оплати продукції (товарів, робіт, послуг);

4) сума авансової оплати продукції (товарів, робіт, послуг);

5) сума завдатку під заставу або для погашення позики, якщо це передбачено відповідним договором;

6) надходження, що належать іншим особам;

7) надходження від первинного розміщення цінних паперів.

Усі види доходів підприємства можна підрозділяти за певними ознаками. **Класифікація виручки (доходів) від реалізації продукції (товарів і послуг)** наступна:

1. За характером отримання:

- доходи від реалізації – всі доходи підприємства, що отримані від реалізації продукції (робіт, послуг);

- позареалізаційні доходи – доходи із суми отриманих штрафів, прибуток минулих років, виявлених у звітному періоді; отримані проценти від депозитів, суми курсових різниць за валютними розрахунками і за операціями в іноземній валюті; дивіденди від акцій, облігацій та інших цінних паперів, інші доходи, що безпосередньо не пов'язані з виробництвом та реалізацією продукції.

2. За видами діяльності:

- доход від виробничої діяльності – складається з виручки від реалізації всіх видів товарної продукції, напівфабрикатів, відходів;

- доход від комерційної діяльності – суми від продажу товарів, від операцій з тарою, надання платних додаткових послуг;

- доход від посередницької діяльності – суми комісійних винагород, додаткової виручки від реалізації за посередницькі послуги;

- доход від інвестиційно-кредитної діяльності – доходи від пайової участі у спільних підприємствах, від надання майна в оренду і/або лізинг, дивіденди за цінними паперами, відсотки від надання кредиту стороннім підприємствам;

- доходи від продажу майнових та інтелектуальних прав – суми, отримані від реалізації майна підприємства, матеріальних обігових активів, нематеріальних активів;

- інші доходи – включають суми штрафів, економічних санкцій та відшкодувань збитків, доходи від соціально-побутової сфери підприємства.

3. За місцем відображення:

- бухгалтерські доходи – доходи, що відображені у бухгалтерських документах;

- приховані доходи – не відображені на рахунку реалізації, а саме цільові кошти, отримані від інших підприємств для власних потреб підприємства, безповоротна фінансова допомога та доходи від бартерних операцій.

Для цілей податкового обліку застосовується поняття валового доходу.

Валовий дохід – загальна сума доходів підприємства від усіх видів діяльності, отриманого (нарахованого) протягом звітного періоду в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах.

До склад валового доходу включають:

- загальні доходи від реалізації товарів (робіт та послуг), в тому числі допоміжних та обслуговуючих виробництв, що не мають статусу юридичної особи;

- доходи від реалізації цінних паперів (крім операцій з їх первинного випуску та операцій з їх кінцевого погашення);

- доходи від спільної діяльності та у вигляді процентів, роялті, володіння борговими вимогами, доходи від лізингу;

- доходи від здійснення бартерних операцій (виходячи з договірної ціни такої операції, але не нижче звичайних цін);

- суми безповоротної фінансової допомоги, отриманої підприємством; вартості товарів, що надані безоплатно підприємству;

- штрафи, пені та інші доходи.

24.4 Сутність, види, формування та розподіл прибутку підприємства

Кінцевим фінансовим результатом діяльності підприємства є величина прибутку (або збитку), яка обчислюється на основі суми доходу і поточних витрат, пов'язаних з його отриманням.

Категорія «прибуток» виникає саме на рівні суб'єкта господарювання – юридичної особи. Фінансовим результатом діяльності фізичної особи, яка не виконує підприємницьких функцій, (найманого працівника, вкладника до банку, володаря акцій тощо) вважається сума доходу, який може складатися із заробітної плати, процентів на інвестований капітал, рентних платежів за використання власних ресурсів. Стосовно ж юридичної особи, для визначення кінцевого фінансового результату її діяльності, необхідно обчислювати саме величину прибутку, оскільки підприємство, здійснюючи господарську діяльність, витрачає певні кошти (здійснює поточні витрати), пов'язані з отриманням доходу. У випадку, коли величина доходу перевищує суму таких витрат, підприємство має бажаний очікуваний фінансовий результат від своєї діяльності, який вимірюється сумою отриманого прибутку.

Прибуток – це частина чистого доходу, що залишається підприємству після відшкодування всіх витрат, пов'язаних з виробництвом, реалізацією продукції та іншими видами діяльності.

В умовах ринку прибуток є джерелом усіх фінансових ресурсів підприємства. Величина прибутку характеризує фінансові результати роботи підприємства та визначає його фінансовий стан. Прибуток є основним фінансовим джерелом

розвитку підприємства, науково-технічного удосконалення його матеріальної бази і продукції, усіх форм інвестування. Він слугує джерелом сплати податків. Враховуючи значення прибутку, вся діяльність підприємства спрямована на його зростання.

Прибуток відображає результати діяльності підприємства і зазнає впливу багатьох чинників. На формування прибутку впливають: сфера діяльності підприємства; галузева приналежність; форма власності; конкурентне середовище; фінансово-господарська діяльність підприємства; облік фінансових результатів. Схема формування прибутку відображена на рис. 24.1.

Прибуток будь-якого підприємства формується за рахунок наступних джерел (рис.24.1):

- прибуток від реалізації продукції визначається як різниця між виручкою від реалізації продукції (без врахування податку на додану вартість і акцизного збору) та собівартістю реалізованої продукції.

- прибуток від інших видів реалізації включає прибуток від продажу майна, матеріальних (основних фондів) і нематеріальних активів, цінних паперів інших підприємств тощо; визначається як різниця між ціною продажу та балансовою (залишковою) вартістю об'єкта, який продається.

- прибуток від позареалізаційних операцій – це прибуток від спільної діяльності підприємств, проценти за придбаними акціями, облигаціями та іншими цінними паперами, штрафи, що сплачуються іншими підприємствами за порушення договірних зобов'язань, доходи від володіння борговими зобов'язаннями, роялті.

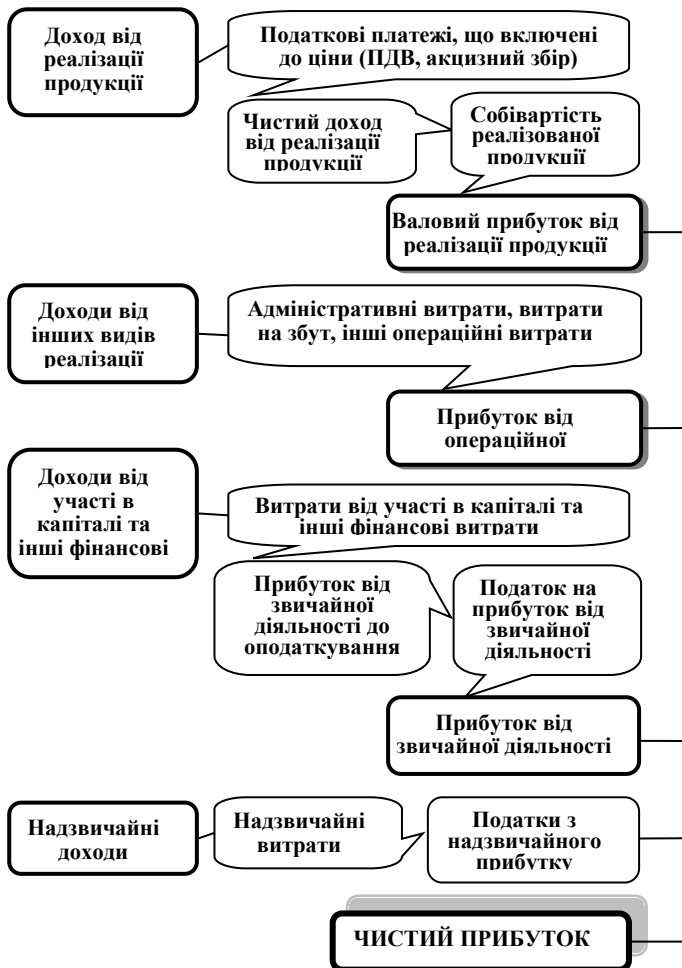


Рис. 24.1 Формування чистого прибутку підприємства

В залежності від формування розрізняють наступні *види прибутку*:

1. *Валовий (балансовий) прибуток* – розраховується як різниця між чистим доходом від реалізації продукції і

собівартістю реалізованої продукції. Валовий прибуток може бути зменшений на величину супутніх платежів:

- податок на майно та землю;
- податок з власників транспортних засобів;
- утримання дошкільних закладів.

2. *Операційний прибуток* – це балансовий прибуток, скоригований на різницю інших операційних доходів та операційних витрат. Інші операційні доходи відображають суми від операційної діяльності підприємств, крім доходу (виручки) від реалізації продукції, а саме:

- дохід від оренди майна;
- дохід від операційних курсових різниць;
- доходи від реалізації оборотних активів (крім фінансових інвестицій);
- відшкодування раніше списаних активів.

Операційні витрати включають:

- адміністративні витрати (загальногосподарські витрати, пов'язанні з управлінням та обслуговуванням підприємства);
- витрати на збут (витрати на утримання підрозділів, що займають збутом продукції, на рекламу, пакування, доставку продукції споживачам тощо);
- інші операційні витрати (собівартість реалізованих виробничих запасів, сумнівні борги та витрати від знецінення запасів, втрати від операційних курсових різниць, економічні санкції, відрахування на забезпечення таких операційних витрат, а також усі інші витрати, що виникають у процесі операційної діяльності підприємства, крім витрат, що включаються до собівартості реалізованої продукції).

3. *Прибуток від звичайної діяльності* – це операційний прибуток, скоригований на величину фінансових та інших доходів і фінансових та інших витрат.

До фінансових та інших доходів належать:

- дохід від інвестицій в інші підприємства;
- дивіденди;
- відсотки та інші доходи від фінансових інвестицій;
- дохід від не операційних курсових різниць та ін.

До фінансових та інших витрат належать:

- сплата 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 об'єктом оподаткування (оподатковуваним прибутком).

В особливих випадках прибуток від звичайної діяльності після оподаткування коригується на суму оподаткованого надзвичайного прибутку, який може мати місце внаслідок надзвичайної події (стихійні лиха, пожежі, техногенні аварії тощо або такі події, які не повторюватимуться періодично або в кожному наступному періоді).

4. *Чистий прибуток* – це прибуток, що надходить у розпорядження підприємства після сплати податку на прибуток.

Чистий прибуток підприємства використовується у двох напрямках:

- фонд нагромадження (реінвестований прибуток) – створення резервного фонду, фонду розвитку виробництва, інвестиційної потреби.
- фонд споживання – виплати власниками, акціонерам, матеріальні заохочення персоналу за результатами роботи, вирішення соціальних проблем.

Прибуток як найважливіша економічна категорія ринкових відносин виконує ряд *функцій*:

- *Оціночна*. Прибуток є критерієм і показником ефективності діяльності підприємства. Іншими словами, сам факт прибутковості уже свідчить про ефективну діяльність підприємств. Однак підприємству потрібен не взагалі прибуток, а конкретний його розмір для задоволення потреб усіх зацікавлених осіб: власника підприємства, працівників і кредиторів підприємства.

- *Стимулююча*. Виступаючи кінцевим фінансово-економічним результатом діяльності підприємств, прибуток відіграє ключову роль у ринковому господарстві. За ним закріплюється статус цілі, що визначає економічну поведінку господарюючих суб'єктів, благополуччя яких залежить від розміру та від прийнятого в національній економіці алгоритму розподілу прибутку, включаючи його оподаткування.

- . *Відтворювальна*. Прибуток у ринковій економіці – основне джерело приросту власного капіталу, розширеного відтворення основних і оборотних фондів підприємства, оскільки рішення про дивідендну та інвестиційну політику приймається тільки з орієнтацією на розмір прибутку, який залишається у підприємства після оподаткування.

- *Розподільча*. Прибуток є джерелом формування бюджетів різних рівнів. Він надходить до бюджетів у вигляді податків, а також економічних санкцій та використовується на різні цілі, визначені видатковою частиною бюджету і затверджені в законодавчому порядку.

Для оцінки величини прибутку в залежності від виконуваних ним функцій слід розглянути різні його види відповідно до класифікаційних ознак.

Існує наступна **класифікація видів прибутку** підприємства:

1. *Залежно від виду діяльності, виділяють:*

- прибуток від цільової діяльності – це прибуток, отриманий в результаті реалізації товарів (надання платних послуг);

- прибуток від інших видів діяльності – це прибуток від невиробничої діяльності, тобто транспортної, посередницької тощо;

- прибуток від реалізації майна – це прибуток від продажу основних фондів, нематеріальних активів;

- прибуток від позареалізаційних операцій – це прибуток від інвестиційної діяльності, надання майна в оренду, пайової участі в інших підприємствах тощо.

2. Залежно від порядку визначення розрізняють:

- балансовий прибуток – це прибуток, який характеризує кінцевий результат проведення всіх видів діяльності. Обсяг балансового прибутку визначається за даними бухгалтерського обліку;
- оподатковуваний прибуток – це обсяг прибутку, який визначається як різниця між валовими доходами та валовими витратами підприємства-платника податку на прибуток;
- чистий прибуток – це прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства після сплати податку на прибуток та інших податків, обов'язкових платежів і зборів, сплачуваних за рахунок прибутку.

3. Залежно від методики оцінки виділяють:

- номінальний прибуток – це фактично отримана величина прибутку;
- реальний прибуток – це номінальний прибуток, перерахований з огляду на інфляцію.

4. Залежно від мети визначення розрізняють:

- бухгалтерський прибуток – це прибуток, який відповідає балансовому;
- економічний прибуток – це прибуток, який є різницею між виручкою від реалізації та всіма витратами підприємства, в тому числі витратами втрачених можливостей.

Витратами втрачених можливостей прийнято вважати витрати на споживання будь-якого ресурсу, визначені з точки зору використання його не найкращим альтернативним способом.

5. Залежно від розмірів підприємства розрізняють:

- мінімальний прибуток – це прибуток, розмір якого після сплати податків задовольняє власників підприємства відповідно до встановленого мінімального рівня рентабельності на вкладений капітал, тобто кількісно мінімальний рівень рентабельності відповідає рівню середньої потенційної ставки банків по депозитах;
- цільовий прибуток – це прибуток, який визначає цільову функцію діяльності підприємства і залежить від

обраної стратегії. Він може бути нормальним, тобто відповідати нормі прибутку на вкладений капітал чи необхідним, тобто відповідати потребам підприємства в коштах на виробничий і соціальний розвиток;

- максимальний прибуток – це прибуток, який підприємство отримує при такому обсязі діяльності, коли граничні доходи дорівнюють граничним витратам, тобто граничні доходи і витрати ростуть відповідно до зростання обсягів виробництва.

Розподіл і використання прибутку є важливим господарським процесом, який забезпечує покриття потреб організації та формування доходів України. Механізм розподілу прибутку має бути побудований таким чином, щоб сприяти підвищенню ефективності виробництва, стимулювати розвиток нових форм господарювання. Однією з найважливіших проблем розподілу прибутку є оптимальне співвідношення частки прибутку, що акумулюється в доходах бюджету і тієї, що залишається в розпорядженні господарюючих суб'єктів.

Етапи розподілу прибутку наступні:

1. Відносини підприємств і держави з приводу прибутку будуються на основі оподаткування прибутку.

2. Далі прибуток розподіляється між власниками (акціонерами і засновниками) і самим підприємством. Цей розподіл залежить від багатьох чинників. У період технічного переозброєння і модернізації виробництва, освоєння нових видів продукції і нових технологій підприємство має потребу у фінансових ресурсах, а надати їх повинні в першу чергу власники, при цьому отримання своїх дивідендів можливо після виходу виробництва на проектну потужність, коли підприємство почне отримувати прибуток у достатньому розмірі.

3. На підприємстві розподілу підлягає прибуток після сплати податків і виплати дивідендів. З цього прибутку також сплачуються деякі податки в місцеві бюджети і стягуються економічні санкції. Розподіл цієї частини прибутку

відображує процес формування фондів і резервів підприємства для фінансування потреб виробничого і соціального розвитку. В умовах ринкового господарства держава не втручається в процес розподілу прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства після сплати податків, який може спрямовуватися на будівництво житла, благодійні цілі, фінансування природоохоронних заходів, на утримання об'єктів і закладів соціальної сфери, на проведення науково-дослідних робіт. Законодавчо встановлений мінімальний розмір резервного капіталу для акціонерних товариств регулює порядок створення резерву щодо сумнівних боргів і під знецінення цінних паперів.

4. Розподіл прибутку, який залишається в розпорядженні підприємства, регламентується внутрішніми документами підприємства.

До витрат, пов'язаних з розвитком виробництва, які фінансуються з прибутку, відносяться витрати на науково-дослідні, проектні, технологічні роботи, на фінансування розробок та освоєння нової продукції і технологічних процесів, витрати на вдосконалювання технології та організації виробництва, модернізації устаткування, витрати, пов'язані з технічним переозброєнням і розширенням підприємства, новим будівництвом об'єктів, з проведенням природоохоронних заходів. До цієї ж групи витрат відносяться витрати на погашення довгострокових кредитів банків і відсотків, які з ними пов'язані. Накопичений прибуток може бути спрямований підприємством у статутні фонди інших підприємств, довгострокові і короткострокові фінансові вкладення, перераховуватися вищим організаціям, спілкам, концернам, асоціаціям та ін. Ці напрямки також вважаються використанням прибутку на розвиток.

5. Розподіл прибутку на соціальні потреби складається з експлуатації соціально-побутових об'єктів, що знаходяться на балансі підприємства, фінансування будівництва об'єктів не виробничого призначення, проведення оздоровчих і культурно-масових заходів і т. ін.

До витрат на матеріальне заохочення відносяться:

- виплати премій за досягнення в роботі;
- одноразова допомога ветеранам, пенсіонерам.

Увесь прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства, розподіляється на прибуток, що бере участь у процесі нагромадження, і прибуток, що спрямовується на споживання. Якщо прибуток не витрачається на споживання, то він залишається на підприємстві як нерозподілений прибуток минулих років і збільшує розмір власного капіталу підприємства. Наявність нерозподіленого прибутку збільшує фінансову стійкість підприємства, свідчить про існування джерел для наступного розвитку.

24.5 Система показників рентабельності діяльності підприємства

Прибуток показує абсолютний ефект діяльності підприємства без урахування використаних при цьому ресурсів, тому його слід доповнювати відносним показником – рентабельністю. Відносні показники мають перевагу – вони не перебувають під впливом інфляції, оскільки являють собою різні співвідношення прибутку та вкладеного капіталу. Економічний зміст таких показників полягає в тому, що вони характеризують прибуток, який отримується з кожної гривні засобів, що вкладаються у підприємство.

Рентабельність – це відносний показник, що характеризує рівень ефективності (дохідності) роботи підприємства.

Якщо підприємство отримує прибуток, воно вважається рентабельним. Показники рентабельності, що використовуються в економічних розрахунках, характеризують відносну прибутковість.

Результативність та економічне спрямування функціонування підприємства можуть оцінюватись з допомогою абсолютних та відносних показників.

Абсолютні показники дозволяють проаналізувати динаміку різних показників прибутку за певний період. При цьому треба відмітити, що для отримання більш об'єктивних результатів необхідно розраховувати показники з урахуванням інфляційних процесів.

На відносні показники інфляція впливає мало, вони являють собою різні співвідношення прибутку і вкладеного капіталу, чи прибутку і виробничих витрат.

За абсолютною сумою прибутку не завжди можливо робити висновки про прибутковість підприємства, так як на її розмір впливає не лише якість роботи, але й масштаби діяльності. Тому для характеристики ефективності роботи підприємства разом з абсолютною сумою прибутку використовують відносний показник – рівень рентабельності.

Ці характеристики найбільш цілеспрямовано розглядають відносно інших часових періодів. Абсолютні цифри самі по собі несуть небагато інформації. Лише знаючи динаміку їх зміни, можливо більш достовірно робити висновки про роботу підприємства.

В умовах ринкових відносин велика роль відводиться показникам рентабельності продукції, що характеризують рівень прибутковості (збитковості) її виробництва. Показники рентабельності є відносними характеристиками фінансових результатів і ефективності діяльності підприємства. Вони характеризують відносну дохідність підприємства, яка вимірюється у відсотках.

Показники рентабельності – це важливі характеристики фактичного середовища формування прибутку і доходу підприємств. Вони є обов'язковими елементами порівняльного аналізу і оцінки фінансового стану підприємства. Рентабельність має кілька модифікованих форм залежно від того, які саме прибуток і ресурси (витрати) використовують у розрахунках.

Розрізняють наступні **види рентабельності**:

1. *рентабельність інвестованих ресурсів (капіталу)*-обчислюється через розрахунок показників:

- рентабельність активів ($R_{акт}$) – характеризує ефективність використання всього наявного майна підприємства:

$$R_{акт} = \frac{Пз\delta(ЧП)}{Ca} \cdot 100\%; \quad (24.1)$$

де $Пз\delta$, $ЧП$ – прибуток від звичайної діяльності та чистий прибуток підприємства за рік, тис. грн.

Ca – середньорічна вартість активів, тис. грн.

- рентабельність власного капіталу ($R_{вк}$) – виражає ефективність використання активів, створених за власний рахунок:

$$R_{вк} = \frac{ЧП}{Кв} \cdot 100\%; \quad (24.2)$$

де $Кв$ – власний капітал підприємства;

2. рентабельність продукції ($R_{заг}$) – характеризує вигідність виробництва продукції, яка випускається або реалізується підприємством:

$$R_{заг} = \frac{ПП}{BC + BA + BЗ} \cdot 100\%; \text{ або } R_{заг} = \frac{ПП}{BBз} \cdot 100\% \quad (24.3)$$

де $ПП$ – прибуток від реалізації продукції, тис. грн.

BC – виробнича собівартість продукції, тис. грн.

BA – адміністративні витрати, тис. грн.

$BЗ$ – витрати на збут продукції, тис. грн.

$BBз$ – витрати на виробництво та збут продукції, тис. грн.

3. рентабельність конкретного виду продукції (P_i) визначається за формулою:

$$P_i = \frac{B\Pi_i}{BC_i} \cdot 100\%; P_i = \frac{BP_i - (BC_i + BA_i + BЗ_i)}{BC_i} \cdot 100\% \quad (24.4)$$

де BP_i – виручка від реалізації i – го виду продукції, тис. грн.

BC_i – виробнича собівартість i -го виду продукції, тис. грн.

BA_i – розподілені адміністративні витрати на i -й вид продукції, тис. грн.

BZ_i – розподілені витрати на збут i -го виду продукції, тис. грн.

BP_i – валовий прибуток i – го виду продукції, тис. грн.

4. *Рентабельність продажу продукції* (P_{pn}) характеризує доходність основної діяльності. Вона показує, скільки прибутку приносить кожна гривня обсягів реалізації підприємства і розраховується за формулою:

$$P_{pn} = \frac{P_{zd}}{PP} \cdot 100\% ; \quad (24.5)$$

де PP – обсяг реалізованої продукції, тис. грн.

5. *Рентабельність операційної діяльності* (P_{od}):

$$P_{od} = \frac{PP_{od}}{OB} 100\% ; \quad (24.6)$$

де PP_{od} – прибуток від операційної діяльності, тис. грн.;

OB – операційні витрати, тис. грн.

6. *Рентабельність звичайної діяльності*:

$$P_{od} = \frac{P_{zd}}{OB} 100\% ; \quad (24.7)$$

7. *Рентабельність господарської діяльності* характеризує оцінку ефективності підприємницької діяльності для власника:

$$P_{zd} = \frac{ЧП}{ОВ} \cdot 100\%; \quad (24.8)$$

Рівень рентабельності всіх організацій та установ залежить від величини прибутку, товарної продукції, витрат виробництва, величини основних виробничих фондів і нормованих обігових засобів. Важливими факторами, що забезпечують зростання прибутку і рентабельності підприємства, є підвищення продуктивності праці, фондівіддачі, економія матеріальних ресурсів, рівень технічного прогресу, а саме, механізації та автоматизації трудомістких технологічних процесів, удосконалення організації виробництва та ін. Урахування підприємством таких факторів дасть змогу підвищувати ефективність його діяльності.

24.6 Оцінювання фінансового стану підприємства.

Фінансовий стан підприємства - це здатність підприємства фінансувати свою діяльність.

Він характеризується забезпеченістю фінансовими ресурсами, необхідними для нормального функціонування підприємства, потребою в їхньому розміщенні і ефективністю використання, фінансовими взаємовідносинами з іншими юридичними особами, платоспроможністю і фінансовою стійкістю.

Фінансовий стан може бути стійким, нестійким і кризовим. Здатність підприємства своєчасно проводити платежі, фінансувати свою діяльність на розширеній основі свідчить про його хороший фінансовий стан.

Головна мета фінансової діяльності - вирішити, де, коли і як використовувати фінансові ресурси для ефективного розвитку виробництва і отримання максимального прибутку.

Головна мета аналізу фінансової діяльності - своєчасно виявляти і запобігати недолікам у фінансовій діяльності і

знаходити резерви поліпшення фінансового стану підприємства та його платоспроможності.

Задачі фінансової діяльності:

а) на основі вивчення причин взаємозв'язку між різними показниками виробничої, фінансової і комерційної діяльності дати оцінку виконання плану по надходженню фінансових ресурсів і їх використанню з позиції поліпшення фінансового стану підприємства;

б) прогнозування можливих фінансових результатів, економічної рентабельності, виходячи із реальних умов господарської діяльності і наявності власних і залучених ресурсів, розробка моделей фінансового стану при різних варіантах використання ресурсів;

в) розробка конкретних заходів, спрямованих на більш ефективне використання фінансових ресурсів і укріплення фінансового стану підприємства.

Аналізом фінансового стану займаються не лише керівники і відповідні служби підприємства. Відповідно до цього аналіз поділяється на *внутрішній і зовнішній*.

Внутрішній аналіз проводиться службами підприємства, і його результати використовуються для планування, контролю і прогнозування фінансового стану підприємства. Його мета - встановити планомірне надходження грошових коштів і розмістити власні і залучені кошти таким чином, щоб забезпечити нормальне функціонування підприємства, отримання максимального прибутку і виключити ймовірність банкрутства.

Зовнішній аналіз здійснюється інвесторами, постачальниками матеріальних ресурсів, контролюючими органами на основі звітності, що публікується. Його мета— встановити можливість вигідно вкласти кошти, щоб забезпечити максимум прибутку і виключити ризик втрати.

Усе, що має вартість, належить підприємству і відображається в активі балансу, називається його активами. Актив балансу містить дані про розміщення капіталу, що є в розпорядженні підприємства, тобто про вкладання його в

конкретне майно і матеріальні цінності, про витрати підприємства на виробництво і реалізацію продукції і про залишки вільної грошової готівки. Кожному виду розміщеного капіталу відповідає окрема стаття балансу.

Структура активів балансу:

I Необоротні активи: Нематеріальні активи. Незавершене будівництво. Основні засоби. Довгострокові фінансові інвестиції.

II Оборотні активи: Запаси. Незавершене виробництво. Готова продукція. Дебіторська заборгованість. Поточні фінансові інвестиції. Грошові кошти.

Структура пасиву балансу:

I. Власний капітал: Статутний капітал. Пайовий капітал. Резервний капітал. Нерозподілений прибуток.

II. Забезпечення таких витрат і платежів: Забезпечення виплат персоналу. Інші забезпечення. Цільове фінансування.

III. Довгострокові зобов'язання: Довгострокові кредити банків. Відстрочені податкові зобов'язання. Інші довгострокові зобов'язання.

IV. Поточні зобов'язання: Короткострокові кредити банків. Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями. Видані векселі. Кредиторська заборгованість. Інші поточні зобов'язання.

V. Доходи майбутніх періодів.

Основними джерела інформації для проведення аналізу є:

- баланс підприємства за попередній рік та за звітний період, (форма № 1);
- звіт про фінансові результати та їх використання за звітний період та попередній рік (форма № 2);
- звіт про фінансово-майновий стан (форма № 3);
- звіт з праці;
- звіт про витрати на виробництво продукції, робіт, послуг;
- розрахунок нормативу власних оборотних коштів;

- розшифрування дебіторської та кредиторської заборгованості;
звіт про наявність та рух основних фондів, амортизацію (знос);
- зведена таблиця основних показників;
- звіт про рух коштів в іноземній валюті;
- бізнес-план;
- матеріали маркетингових досліджень; й) висновки аудиторських перевірок; к) інша інформація.

Для характеристики фінансового стану підприємства, використання ним власних та залучених коштів застосовують показники балансу (ф. 1), звіту (ф. 3).

При аналізі балансу виявляють статті, які свідчать про недоліки та незадовільну роботу підприємства і його фінансовий стан, особлива увага спрямовується на:

- «Товари відвантажені, не сплачені в строк»;
- «Розрахунки з дебіторами за товари, роботи і послуги, не сплачені в строк»;
- «Збитки минулих років»;
- «Збитки звітного року»;
- «Довгострокові кредити та позики, що не погашені в строк»;
- «Короткострокові кредити та позики, що не погашенні в строк»;
- «Розрахунки з кредиторами за товари, роботи і послуги, не сплачені в строк».

У разі необхідності проводиться більш детальний аналіз цих та інших статей балансу з використанням розшифрувань до них.

Оцінку фінансового стану підприємства здійснюють за допомогою показників:

1. фінансова незалежність від зовнішніх джерел характеризується:

- коефіцієнтом фінансової незалежності або коефіцієнт «автономії» (К.авт.) як відношення загальної суми власних коштів до підсумку балансу:

$$K_{\text{авт.}} = \text{ряд}495 / \text{ряд}330.$$

Критичне значення $K_{\text{авт.}} = 0.5$. Чим більше значення коефіцієнта, тим кращий фінансовий стан підприємства (менша залежність від зовнішніх джерел).

2. фінансової стійкості підприємства:

- *коефіцієнт фінансової стабільності* (К.фс.), який характеризує співвідношення власних та позикових коштів:

$$K_{\text{фс.}} = \text{ряд}495 / \text{ряд}530 + \text{ряд}750.$$

Перевищення власних коштів над позиковими свідчить про достатній *рівень фінансової стійкості*, воно відносно незалежне від зовнішніх фінансових джерел. Нормативне значення цього (К.фс.) повинно бути більшим ніж 1, що свідчить про збільшення виручки, збільшення прибутку.

3. залежність підприємства від довгострокових зобов'язань:

- *фінансового левриджу* (Ф.л.) - визначається відношенням довгострокових зобов'язань до джерел власних коштів:

$$F_{\text{л.}} = \text{ряд}530 / \text{ряд}495.$$

Негативним вважається збільшення даного показника протягом періоду, що аналізується. В нашому випадку показник залишається незмінним, що свідчить про стабільну платоспроможність, зменшення фінансового ризику.

4. Забезпечення підприємства власними коштами:

- *коефіцієнт забезпечення підприємства власними коштами* (К.зк.) - розраховується як відношення різниці між обсягами джерел власних та прирівняних до них коштів і фактичною вартістю основних засобів та інших позаоборотних активів до фактичної вартості наявних у підприємства оборотних коштів:

$$K_{\text{зк.}} = (\text{ряд}495 - \text{ряд}450 - \text{ряд}455 - \text{ряд}460 - \text{ряд}465) - \text{ряд}070 / \text{ряд}150 + \text{ряд}320.$$

Значення $K_{\text{зк.}}$ повинно бути більшим ніж 0,1.

Рівень платоспроможності оцінюється за даними балансу на основі характеристики ліквідності оборотних засобів. Рівень платоспроможності підприємства проводять

за допомогою трьох коефіцієнтів: грошової, розрахункової та ліквідної платоспроможності.

Поточна платоспроможність - це здатність до швидкого погашення своїх короткострокових зобов'язань. Але для цього необхідні грошові засоби, які підприємство може отримати в результаті обертання в гроші деяких найбільш ліквідних засобів, або мати достатній запас грошей у банку чи в касі.

Загальний коефіцієнт платоспроможності (коефіцієнт загальної ліквідності) дає загальне уявлення про ліквідність балансу підприємства. Розраховується за формулою:

Кз.л. = оборотні активи/весь позиковий капітал.

Для повного аналізу фінансового стану підприємства визначають показники ліквідності, платоспроможності, ділової активності та рентабельності. Нормативні значення цих показників коливаються в межах:

1. Показники ліквідності підприємства:
 - Коефіцієнт покриття – більше 1;
 - Коефіцієнт швидкої ліквідності - 0,6 - 0,8;
 - Коефіцієнт абсолютної ліквідності – 0,2...0,35;
 - Чистий обіговий капітал - >0- збільшення.
2. Показники аналізу платоспроможності підприємства:
 - Коефіцієнт платоспроможності - >0,5;
 - Коефіцієнт фінансування – 0...1 – зниження;
 - Коефіцієнт забезпеченості власними обіговими коштами - >0,1;
 - Поточна платоспроможність - >0- збільшення.
3. Показники ділової активності підприємства: коефіцієнт обігу активів, коефіцієнти обігу дебіторської та кредиторської заборгованості, коефіцієнт обігу матеріальних запасів, коефіцієнт обігу основних фондів, коефіцієнт обігу власного капіталу – збільшення показників свідчить про позитивну оцінку фінансового стану.
4. Показники рентабельності підприємства, а саме коефіцієнти рентабельності активів, рентабельності

діяльності та рентабельності продукції зі зростаючим значенням характеризують стабільність та прибутковість фінансової діяльності підприємства.

ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Сутність фінансової діяльності підприємства.
2. Методи організації фінансової діяльності підприємства.
3. Джерела фінансування діяльності підприємства.
4. Сутність та призначення фінансового плану.
5. Фінансова звітність підприємства.
6. Доход підприємства та його види.
7. Класифікація виручки від реалізації продукції (товарів і послуг).
8. Види прибутку.
9. Функції прибутку.
10. Класифікація видів прибутку.
11. Поняття та сутність рентабельності.
12. Види рентабельності.
13. Фінансовий стан підприємства, мета та задачі аналізу.
14. Основні джерела інформації щодо проведення аналізу фінансового стану.
15. Показники фінансового стану підприємства.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Динаміка рівня прибутковості підприємства різних галузей економіки України.
2. Динаміка і шляхи підвищення рентабельності на підприємствах різних галузей економіки України.
3. Державна політика оподаткування та прибутковість підприємств.

4. Підвищення прибутковості підприємств під впливом дії окремих чинників.
5. Загальноприйнята практика використання прибутку підприємства.
6. Резерви підвищення прибутковості діяльності підприємств аграрного сектору.
7. Досвід розподілу прибутку підприємств зарубіжних країн.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Фінансування це:
 - а) залучення необхідних коштів для покриття потреби підприємства в основному і оборотному капіталі;
 - б) своєчасне забезпечення коштів для потреби підприємства;
 - в) залучення необхідних коштів для покриття потреби підприємства в трудових ресурсах;
 - г) залучення необхідних коштів для покриття потреби підприємства в основному капіталі.
2. Фінансування за рахунок коштів, одержаних від діяльності самого підприємства: прибуток, амортизаційні відрахування, виручка від продажу чи здавання в оренду майна – це:
 - а) внутрішнє;
 - б) зовнішнє;
 - в) державне;
 - г) посередницьке.
3. Фінансування використовує кошти, не пов'язані з діяльністю підприємства: внески власників у статутний капітал (безпосередньо або у формі купівлі акцій), кредит, зобов'язання боржників, державні субсидії – це:
 - а) внутрішнє;
 - б) зовнішнє;
 - в) державне;
 - г) посередницьке.

4. Частина балансу, в якій відображається те, чим володіє підприємство на момент складання балансу:
- а) актив;
 - б) пасив;
 - в) пасив і актив;
 - г) вірна відповідь відсутня.
5. Сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати – це:
- а) прибуток;
 - б) збиток;
 - в) виручка від реалізації;
 - г) вірна відповідь відсутня.
6. Частина виручки, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу й комерційну діяльність підприємства – це:
- а) збиток;
 - б) прибуток;
 - в) виручка від реалізації;
 - г) вірна відповідь відсутня.
7. Вид прибутку, який визначається як різниця між чистим доходом від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) і собівартістю реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) – це:
- а) валовий;
 - б) від операційної діяльності;
 - в) від звичайної діяльності;
 - г) від надзвичайної діяльності.
8. Вид прибутку, який визначається як алгебрична сума валового прибутку (збитку), іншого операційного доходу, адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат – це:
- а) від операційної діяльності;
 - б) чистий;
 - в) валовий;
 - г) від звичайної діяльності.

9. Вид прибутку, який визначається як алгебрична сума прибутку (збитку) від операційної діяльності, фінансових та інших доходів (прибутків), фінансових та інших витрат (збитків) – це:
- а) від звичайної діяльності до оподаткування;
 - б) від операційної діяльності;
 - в) валовий;
 - г) чистий.
10. Вид прибутку, який визначається як алгебрична сума прибутку (збитку) від звичайної діяльності та надзвичайного прибутку (надзвичайного збитку) та відрахування податків із надзвичайного прибутку – це:
- а) чистий;
 - б) валовий;
 - в) від звичайної діяльності;
 - г) від звичайної діяльності до оподаткування.
11. Відносний показник ефективності роботи підприємства, який у загальній формі обчислюється як відношення прибутку до витрат – це:
- а) рентабельність,
 - б) норма прибутку;
 - в) рівень збитковості;
 - г) рівень беззбитковості.
12. Показник, який обчислюється відношенням загального (чистого) прибутку підприємства до середньорічної вартості активів – це рентабельність:
- а) активів;
 - б) власного капіталу;
 - в) акціонерного капіталу;
 - г) продажу.
13. Показник, який обчислюється відношенням загального (чистого) прибутку підприємства до суми власного капіталу – це рентабельність:
- а) власного капіталу;
 - б) активів;
 - в) акціонерного капіталу;

г) продажу.

14. Показник, який обчислюється відношенням загального (чистого) прибутку підприємства до суми акціонерного капіталу – це рентабельність:

а) акціонерного капіталу;

б) залученого капіталу;

в) власного капіталу;

г) активів.

15. Показник, який обчислюється відношенням прибутку від операційної діяльності підприємства до витрат на виробництво і збут продукції – це рентабельність:

а) продукції;

б) активів;

в) продажу продукції;

г) операційної діяльності.

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

25.1 Сутнісна характеристика і вимірювання ефективності виробництва.

25.2 Оцінка ефективності діяльності підприємств.

25.3 Чинники підвищення ефективності виробництва.

Ключові терміни

- *ефект;*
- *ефективність діяльності;*
- *види ефективності;*
- *критерії ефективності;*
- *показники ефективності;*
- *напрямки підвищення ефективності діяльності підприємства*

25.1 Сутнісна характеристика і вимірювання ефективності виробництва

Процес виробництва на будь-якому підприємстві здійснюється за належної взаємодії трьох визначальних його чинників: персоналу (робочої сили), засобів праці та предметів праці. Використовуючи наявні засоби виробництва, персонал підприємства створює суспільно корисну продукцію, товари або надає різні види послуг. Отримані в наслідок витрачання ресурсів результати називають **ефектом діяльності**. Проте наявність результату не означає ефективність витрачання ресурсів. Остання визначається присутністю позитивного значення при співставленні результату функціонування підприємства з витраченими для цього ресурсами.

Ефективність виробництва - це комплексне відбиття кінцевих результатів використання засобів виробництва й робочої сили (працівників) за певний проміжок часу.

У зарубіжній практиці як синонім терміна «результативність господарювання» зазвичай застосовується термін «*продуктивність системи виробництва та обслуговування*», коли під продуктивністю розуміють ефективне використання ресурсів (праці, капіталу, землі, матеріалів, енергії, інформації) за виробництва різноманітних товарів і послуг.

Сутнісна характеристика ефективності виробництва знаходить відображення в загальній методології її визначення, форма якої має вигляд:

$$\text{Ефективність} = \frac{\text{Результати}}{\text{Ресурси(витрати)}}$$

Оскільки, результативність виробництва є найважливішим компонентом визначення ефективності та має декілька інтерпретацій. Розрізняють: 1) кінцевий результат *процесу виробництва*; 2) кінцевий *народногосподарський* результат роботи підприємства або іншої інтеграційної структури як первинної автономної ланки економіки. *Перший* відбиває матеріалізований результат процесу виробництва, що вимірюється обсягом продукції в натуральній і вартісній формах; *другий* включає не тільки кількість виготовленої продукції, а також її споживну вартість. Кінцевим результатом процесу виробництва господарської діяльності підприємства за певний період часу є чиста продукція, тобто новостворена вартість, а фінансовим результатом комерційної діяльності є прибуток.

Ефективність виробництва визначають та застосовують для аналітичних оцінок та управлінських рішень. З огляду на це важливим є відокремлювання за окремими ознаками відповідних видів ефективності, кожний з яких має певне практичне значення для системи господарювання. Відповідні

види ефективності виробництва поділяються переважно за різноманітністю одержуваних ефектів (результатів) господарської діяльності підприємства. У зв'язку з цим *класифікація видів ефективності* наступна:

1. Відповідно до одержаного результату:

- *економічна ефективність* відображається через різні вартісні показники, що характеризують проміжні та кінцеві результати виробництва на підприємстві або в іншій виробничій структурі. До таких показників належать: обсяг товарної, чистої або реалізованої продукції; величина одержаного прибутку, рентабельність виробництва (виробів); економія тих чи інших видів ресурсів (матеріальних, трудових) або загальна економія від зниження собівартості продукції; продуктивність праці тощо;

- *соціальна ефективність* полягає у скороченні тривалості робочого тижня, збільшенні кількості нових робочих місць і рівня зайнятості людей, поліпшенні умов праці та побуту, стану довкілля, безпеки життя тощо. Результати соціальної політики виробництва можуть бути не лише позитивними, а й негативними (безробіття, посилення інфляції, погіршення економічних показників);

- *екологічна ефективність* характеризує гармонізацію відносин людини з навколишнім середовищем, зменшення шкідливих викидів і т.п.;

- *науково-технічна ефективність* з'являється при підсиленні потенційних можливостей, виробничих систем, наукових організацій, споживачів продуктивніше вирішувати ті чи інші завдання за допомогою продукції, виробленої даним підприємством.

2. В залежності від місця одержання ефекту:

- *комерційна (локальна) ефективність* означає конкретний результат виробничо-господарської чи іншої

діяльності підприємства, унаслідок якої воно має певний дохід (прибуток);

- *народногосподарська ефективність*, тобто сукупний ефект у сферах виробництва і споживання відповідних виробів (послуг). Цей вид має місце коли виробництво продукції на даному підприємстві потребує додаткових витрат ресурсів, але її споживання (використання) на іншому підприємстві пов'язане з меншими експлуатаційними витратами або іншими позитивними наслідками діяльності.

3. За методом розрахунку розрізняю наступні види ефективності:

- *абсолютна ефективність* характеризує загальну або питому (у розрахунку на одиницю витрат чи ресурсів) ефективність діяльності підприємства (організації) за певний проміжок часу;

- *порівняльна ефективність* відображає наслідки порівняння можливих варіантів господарювання і вибору найкращого з них; рівень ефективності відбиває економічні та соціальні переваги обраного варіанта здійснення господарських рішень (напрямку діяльності) порівняно з іншими можливими варіантами.

Абсолютна й порівняльна ефективність доповнюють одна одну. Визначення економічно найбільш вигідного варіанта господарювання завжди базується на зіставленні показників абсолютної ефективності, а її аналітична оцінка здійснюється порівнянням запланованих, нормативних і фактично досягнутих показників, їхньої динаміки за певний період.

4. Відповідно до ступеня збільшення ефекту:

- *первинна ефективність* - це початковий одноразовий ефект, який одержано внаслідок здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства, впровадження інноваційних технічних, організаційних або економічних заходів;

- *мультиплікаційна ефективність* проявляється здебільшого в кількох специфічних формах - дифузійному й

резонансному ефектах, а також ефектах «стартового вибуху», супровідних можливостей та акселерації.

Дифузійний ефект реалізується тоді, коли певне господарсько-управлінське рішення, нововведення технічного, організаційного, економічного чи соціального характеру поширюється на інші галузі.

Резонансний ефект має місце тоді, коли якийсь нововведення в певній галузі активізує і стимулює розвиток інших явищ у виробничій сфері.

Ефект «стартового вибуху» - це своєрідна «ланцюгова реакція» в перспективі. Він можливий за умови, коли певний «стартовий вибух» стає початком наступного лавиноподібного збільшення ефекту в тій самій або в іншій галузі виробництва чи діяльності.

- *синергічна ефективність* виражає такий комбінований вплив сукупності тих чи інших інновацій на фінансово-економічний стан суб'єкта господарювання, коли загальний ефект перевищує суто арифметичну суму впливу на виробництво (діяльність) кожної інновації зокрема, тобто коли кожна інновація посилює вплив в усіх інших.

Також можуть розглядатися інші *види ефективності діяльності підприємства*, а саме:

- внутрішня ефективність - це ефективність використання внутрішніх можливостей підприємства, його внутрішніх ресурсів;

- зовнішня ефективність - це ефективність використання зовнішніх можливостей підприємства, що забезпечуються факторами зовнішнього середовища;

- загальна ефективність як інтеграція зовнішньої і внутрішньої ефективності;

- ринкова ефективність - повнота задоволення потреб споживачів порівняно з альтернативними способами їх задоволення;

- цільова або стратегічна ефективність, яка відбиває міру досягнення цілей підприємства.

25.2 Оцінка ефективності діяльності підприємств

Процес вимірювання очікуваного чи досягнутого рівня ефективності діяльності підприємства (організації) методологічно пов'язаний передовсім із визначенням належного критерію і формуванням відповідної системи показників.

Критерій – це головна відмітна ознака й провідна міра визначення ефективності виробництва (діяльності) за якими здійснюється кількісна оцінка рівня цієї ефективності. Правильно сформульований критерій має найповніше характеризувати суть ефективності як економічної категорії і бути єдиним для всіх ланок суспільного виробництва чи господарської діяльності.

Суть проблеми підвищення ефективності виробництва полягає в тім, щоб на кожну одиницю ресурсів (трудових, матеріальних і фінансових витрат) – досягати максимально можливого збільшення обсягу виробництва (доходу, прибутку). Виходячи з цього, єдиним макроекономічним критерієм ефективності виробництва стає зростання продуктивності праці (живої та уречевленої). Кількісна визначеність і зміст критерію відображаються в конкретних показниках ефективності виробничо-господарської та іншої діяльності суб'єктів господарювання.

Формуючи систему показників ефективності діяльності суб'єктів господарювання, доцільно дотримуватися певних *принципів*, а саме:

- забезпечення органічного взаємозв'язку критерію та системи конкретних показників ефективності діяльності;
- відображення ефективності використання всіх видів застосовуваних у діяльності ресурсів;
- можливості застосування показників ефективності до управління різними ланками виробництва на підприємстві (діяльності в організації);

- виконання провідними показниками стимулюючої функції в процесі використання наявних резервів зростання ефективності виробництва.

Система показників ефективності виробництва, що побудовано на підставі зазначених принципів включає кілька груп:

1) узагальнюючі показники ефективності виробництва (діяльності);

2) показники ефективності використання праці (персоналу);

3) показники ефективності використання виробничих (основних та оборотних) фондів;

4) показники ефективності використання фінансових коштів (оборотних коштів та інвестицій).

Кожна з цих груп включає певну кількість конкретних абсолютних чи відносних показників, що характеризують загальну ефективність господарювання або ефективність використання окремих видів ресурсів (табл. 25.1).

Для всебічної оцінки рівня й динаміки абсолютної економічної ефективності виробництва, результатів виробничо-господарської та комерційної діяльності підприємства поряд із наведеними основними показниками варто використовувати також і специфічні показники, що відображають ступінь використання кадрового потенціалу, виробничих потужностей, устаткування, окремих видів матеріальних ресурсів тощо.

Конкретні види ефективності можуть виокремлюватися не лише за різноманітністю результатів (ефектів) діяльності підприємства, а й залежно від того, які ресурси (застосовувані чи споживані) беруться для розрахунків.

**Система показників ефективності виробництва
суб'єктів господарювання**

Узагальнюючі показники	Показники ефективності використання		
	<i>праці (персоналу)</i>	<i>виробничих фондів</i>	<i>фінансових коштів</i>
Рівень задоволення потреб ринку	Темпи зростання продуктивності праці	Загальна фондівіддача (за обсягом продукції)	Оборотність оборотних коштів
Виробництво чистої продукції на одиницю витрат ресурсів	Частка приросту продукції за рахунок зростання продуктивності праці	Фондовіддача активної частини основних фондів	Рентабельність оборотних коштів
Прибуток на одиницю загальних витрат	Відносне вивільнення працівників	Рентабельність основних фондів	Відносне вивільнення оборотних коштів
Рентабельність виробництва	Коефіцієнт використання корисного фонду робочого часу	Фондомісткість одиниці продукції	Питомі капітальні вкладення (на одиницю приросту потужності або продукції)
Витрати на одиницю товарної продукції		Матеріаломісткість одиниці продукції	
Частка приросту продукції за рахунок інтенсифікації виробництва	Трудомісткість одиниці продукції	Коефіцієнт використання найважливіших видів сировини і матеріалів	
Народногосподарський ефект використання одиниці продукції	Зарплатомісткість одиниці продукції		Строк окупності вкладених інвестицій

Застосовувані ресурси – це сукупність живої та уречевленої праці, а *споживані* – це поточні витрати на виробництво продукції (надання послуг). У зв'язку з цим у

практиці господарювання варто виокремлювати також ефективність застосовуваних і споживаних ресурсів як специфічні форми прояву загальної ефективності виробництва. У даному разі мова йде про так звані ресурсні та витратні підходи до визначення ефективності із застосуванням відповідних типів показників.

Узагальнюючий показник ефективності застосовуваних ресурсів підприємства (організації) можна розрахувати, користуючись формулою:

$$E_{вр} = \frac{Oчп}{Чп + (\Phi_o + \Phi_{об}) \cdot K_{пв}}; \quad (25.1)$$

де $Oчп$ – річний обсяг чистої продукції підприємства, грн.;

$Чп$ – річна середньооблікова чисельність персоналу, чол.;

Φ_o – середньорічний обсяг основних фондів за відновною вартістю, грн.;

$\Phi_{об}$ – середньорічна вартість оборотних фондів підприємства, грн.;

$K_{пв}$ – коефіцієнт повних витрат праці, що визначається на макрорівні як відношення середньооблікової чисельності працівників до обсягу національного доходу за розрахунковий рік у сфері матеріального виробництва.

Узагальнюючим показником ефективності споживаних ресурсів може бути показник витрат на одиницю товарної продукції, що характеризує рівень поточних витрат на виробництво і збут виробів (рівень собівартості). Як відомо, до собівартості продукції споживані ресурси включаються у вигляді оплати праці (персонал), амортизаційних відрахувань (основні фонди і нематеріальні активи) і матеріальних витрат (оборотні фонди). При цьому використовують формулу:

$$E_{вр} = \frac{\sum Omn}{\sum B_{вр}} = \frac{O_{зтп} + O_{рп}}{B_{оп} + B_{мр} + B_{зв} + B_i}; \quad (25.2)$$

де $E_{вр}$ – ефективність використання ресурсів підприємством за даний період, грн.;

$O_{тп}$ – обсяг виробленої товарної продукції за даний період, грн.;

$V_{вр}$ – загальна сума використаних на виготовлення продукції ресурсів, грн.;

$O_{зтп}$ – залишки товарної продукції, виготовленої в даному періоді на складах, грн.;

$O_{рп}$ – обсяг реалізованої продукції за даний період, грн.;

$V_{от}$ – прямі витрати, на оплату праці персоналу за даний період, грн.;

$V_{мр}$ – прямі витрати на використані матеріальні ресурси за даний період, грн.;

$V_{зв}$ – загальновиробничі витрати за даний період, грн.,

V_i – інші прямі витрати, віднесені на собівартість виготовленої продукції за даний період, грн.

Серед узагальнюючих показників ефективності виробництва виокремлюють також *відносний рівень задоволення потреб ринку*. Він визначається як відношення очікуваного або фактичного обсягу продажу товарів (надання послуг) суб'єктом господарювання до виявленого попиту споживачів.

До важливих узагальнюючих показників ефективності виробництва (діяльності) належить також *частка приросту продукції за рахунок інтенсифікації виробництва*. Це зумовлюється тим, що за ринкових умов господарювання вигіднішим економічно й соціально є не екстенсивний (через збільшення застосовуваних ресурсів), а саме інтенсивний (за рахунок кращого використання наявних ресурсів) розвиток виробництва.

Визначення частки приросту продукції за рахунок інтенсифікації виробництва здійснюється за формулою:

$$Ч_{инт.} = 100 * \left(1 - \frac{\Delta P}{\Delta O} \right); \quad (25.3)$$

де $Ч_{int}$ – частка приросту обсягу продукції, зумовлена інтенсифікацією виробництва;

ΔP – приріст застосовуваних ресурсів за певний період (розрахунковий рік), %;

ΔO – приріст обсягу виробництва продукції за той же період (рік), %.

25.3 Чинники підвищення ефективності виробництва

Рівень економічної та соціальної ефективності виробництва (діяльності) залежить від багатьох чинників. Тому для практичного розв'язання завдань управління ефективністю важливого значення набуває класифікація чинників її зростання за певними ознаками.

Класифікацію чинників зростання ефективності виробничо-економічних та інших систем діяльності доцільно здійснювати за трьома ознаками:

1) *За видами витрат і ресурсів (джерелами підвищення)*. Групування чинників за цією ознакою достатньо чітко визначає джерела підвищення ефективності: зростання продуктивності праці і зниження зарплатомісткості продукції (економія затрат живої праці), зниження фондомісткості та матеріаломісткості виробництва (економія затрат уречевленої праці), а також раціональне використання природних ресурсів (економія затрат суспільної праці).

2) *За напрямками розвитку та вдосконалення виробництва (діяльності)*. Визначальними напрямками є:

- прискорення науково-технічного та організаційного прогресу (підвищення техніко-технологічного рівня виробництва; удосконалення структури виробництва, організаційних систем управління, форм і методів організації діяльності, її планування та мотивації);
- підвищення якості й конкурентоспроможності продукції (послуг);
- усебічний розвиток та вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання.

3) *За місцем реалізації в системі управління виробництвом.* При цьому особливо важливим є відокремлювання внутрішніх (внутрішньогосподарських) і зовнішніх (народногосподарських) чинників, а також поділ низки внутрішніх чинників на так звані «тверді і м'які».

Класифікація внутрішніх чинників на «тверді» і «м'які» є досить умовною, але широко використовується в зарубіжній практиці господарювання. Специфічну назву цих груп чинників запозичено з комп'ютерної термінології, відповідно до якої сам комп'ютер називається «твердим товаром», а програмне забезпечення – «м'яким товаром». За аналогією «твердими» чинниками називають ті, які мають фізичні параметри і піддаються вимірюванню, а «м'якими» – ті, що їх не можна фізично відчутти, але вони мають істотне значення для економічного управління діяльністю трудових колективів.

Можливі *напрямки* реалізації внутрішніх і зовнішніх чинників *підвищення ефективності діяльності підприємств* та організацій неоднакові за мірою впливу, ступенем використання та контролю. У зв'язку з цим виникає необхідність конкретизації напрямків дії та використання головних внутрішніх і зовнішніх чинників підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання.

1. *Технологічні нововведення*, особливо сучасні форми автоматизації та інформаційних технологій, справляють найістотніший вплив на рівень і динаміку ефективності виробництва продукції (надання послуг). За принципом ланцюгової реакції вони спричиняють суттєві (нерідко докорінні) зміни в технічному рівні та продуктивності технологічного устаткування, методах і формах організації трудових процесів, підготовці та кваліфікації кадрів тощо.

2. *Устаткуванню* належить провідне місце в програмі підвищення ефективності передовсім виробничої, а також іншої діяльності суб'єктів господарювання. Продуктивність діючого устаткування залежить не тільки від його технічного рівня, а й від належної організації ремонтно-технічного

обслуговування, оптимальних, строків експлуатації, змінності роботи, завантаження в часі тощо.

3. *Матеріали та енергія* позитивно впливають на рівень ефективності діяльності, якщо розв'язуються проблеми ресурсозбереження, зниження матеріаломісткості та енергоємності продукції (послуг), раціоналізується управління запасами матеріальних ресурсів і джерелами постачання.

4. *Самі продукти праці (вироби)*, їхня якість і зовнішній вигляд (дизайн) також є важливими чинниками ефективності діяльності суб'єктів господарювання. Рівень останньої має корелювати з корисною вартістю, тобто ціною, яку покупець готовий заплатити за виріб відповідної якості. Проте для досягнення високої ефективності господарювання самої тільки корисності товару недостатньо. Запропоновані підприємством (організацією) для реалізації продукти праці мають з'явитися на ринку в потрібному місці, у потрібний час і за добре обміркованою ціною. У зв'язку з цим суб'єкт діяльності має стежити за тим, щоб не виникало будь-яких організаційних та економічних перешкод між виробництвом продукції (наданням послуг) та окремими стадіями маркетингових досліджень.

5. *Працівники*. Основним джерелом і визначальним чинником зростання ефективності діяльності є працівники – керівники, менеджери, спеціалісти, робітники. Ділові якості працівників, підвищення продуктивності їхньої праці багато в чому зумовлюються дійовим мотиваційним механізмом на підприємстві (в організації), підтриманням сприятливого соціального мікроклімату в трудовому колективі.

6. *Організація*. Єдність трудового колективу, раціональне делегування відповідальності, належні норми керування характеризують добру організацію діяльності підприємства (установи), що забезпечує необхідну спеціалізацію та координацію управлінських процесів, а отже, вищий рівень ефективності будь-якої складної виробничо-господарської системи. При цьому остання для

підтримування високої ефективності господарювання має бути динамічною та гнучкою, періодично реформуватися відповідно до нових завдань, що постають за зміни ситуації на ринку.

7. *Методи роботи.* При наявності трудомістких процесів досконаліші методи роботи стають достатньо перспективними для забезпечення зростання ефективності діяльності підприємства (організації). Постійне вдосконалення методів праці передбачає систематичний аналіз стану робочих місць та їхню атестацію, підвищення кваліфікації кадрів, узагальнення та використання нагромадженого на інших підприємствах (фірмах) позитивного досвіду.

8. *Стиль управління,* що поєднує професійну компетентність, діловитість і високу етику взаємовідносин між людьми, практично впливає на всі напрямки діяльності підприємства (організації). Від нього залежить, у якій мірі враховуватимуться зовнішні чинники і зростання ефективності діяльності на підприємстві (в організації). Відтак належний стиль управління як складовий елемент сучасного менеджменту є дійовим чинником підвищення ефективності діяльності будь-якого підприємства, кожної підприємницької структури.

9. *Державна економічна й соціальна політика* істотно впливає на ефективність суспільного виробництва. Основними її елементами є: а) практична діяльність владних структур; б) різноманітні види законодавства (законотворча діяльність); в) фінансові інструменти (заходи, стимули); г) економічні правила та нормативи (регулювання доходів і оплати праці, контроль за рівнем цін, ліцензування окремих видів діяльності); д) ринкова, виробнича й соціальна інфраструктури; е) макроекономічні структурні зміни; є) програми приватизації державних підприємств (організацій); ж) комерціалізація організаційних структур не виробничої сфери.

10. *Інституціональні механізми.* Для безперервного підвищення ефективності діяльності всіх суб'єктів господарювання держава має створити відповідні організаційні передумови, що забезпечуватимуть постійне функціонування на національному, регіональному чи галузевому рівнях спеціальних інституціональних механізмів – організацій (дослідних і навчальних центрів, інститутів, асоціацій), їхню діяльність треба зосередити на: 1) розв'язанні ключових проблем підвищення ефективності різних виробничо-господарських систем та економіки країни в цілому; 2) практичній реалізації стратегії і тактики розвитку національної економіки на всіх рівнях управління.

11. *Інфраструктура.* Важливою передумовою зростання ефективності діяльності підприємств (організацій) є достатній рівень розвитку мережі різноманітних інституцій ринкової та виробничо-господарської інфраструктури. Нині всі підприємницькі структури користуються послугами інноваційних фондів і комерційних банків, бірж (товарно-сировинних, фондових, праці) та інших інститутів ринкової інфраструктури. Безпосередній вплив на результативність діяльності підприємств (організацій) справляє належний розвиток виробничої інфраструктури (комунікацій, спеціалізованих інформаційних систем, транспорту, торгівлі тощо). Вирішальне значення для ефективного розвитку всіх структурних елементів економіки має наявність широкої мережі установ соціальної інфраструктури.

12. *Структурні зміни в суспільстві* також впливають на показники ефективності на різних рівнях господарювання. Найважливішими є структурні зміни економічного та соціального характеру. Головні з них відбуваються в таких сферах: а) технології, наукові дослідження та розробки, супроводжувані революційними проривами в багатьох галузях знань (пропорція імпортних та вітчизняних технологій); б) склад та технічний рівень основних фондів (основного капіталу); в) масштаби виробництва та діяльності (переважно за деконцентрації з допомогою створення малих і

середніх підприємств та організацій); г) моделі зайнятості населення в різних виробничих і невиробничих галузях; д) склад персоналу за ознаками статі, освіченості, кваліфікації тощо.

Лише вміле використання всієї системи перелічених чинників може забезпечити достатні темпи зростання ефективності виробництва (діяльності). При цьому обов'язковість урахування зовнішніх чинників не є такою жорсткою, як чинників внутрішніх.

ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Поняття та сутність ефективності діяльності підприємства.
2. Види ефективності отриманих ефектів та діяльності підприємства.
3. Критерії та принципи формування показників ефективності.
4. Система показників ефективності діяльності підприємства.
5. Узагальнюючи показники ефективності використання ресурсів.
6. Резерви підвищення ефективності діяльності підприємства.
7. Напрямки підвищення ефективності діяльності підприємства.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Резерви підвищення ефективності функціонування підприємств.
2. Мобілізація резервів підвищення ефективності діяльності підприємств.

3. Шляхи підвищення ефективності використання оборотного капіталу і матеріальних ресурсів.
4. Шляхи підвищення ефективності використання трудових ресурсів.
5. Шляхи мобілізації резервів підвищення якості виготовлюваної продукції.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Ефективність діяльності підприємства це:
 - а) співставлення результату чи ефекту діяльності підприємства з витраченими для його отримання ресурсами;
 - б) співставлення отриманих внаслідок витрачання ресурсів результати;
 - в) отримані в результаті використання основних фондів результати з витраченими матеріальними ресурсами;
 - г) отримані в результаті використання матеріальних ресурсів результати з витраченими матеріальними ресурсами.
2. Економію суспільно необхідного часу на виробництво та споживання товарів і послуг характеризує:
 - а) економічна ефективність;
 - б) екологічна ефективність;
 - в) науко-технічна ефективність;
 - г) соціальна ефективність.
3. Збільшення кількості нових робочих місць, рівня зайнятості людей, поліпшення умов праці та побуту, підвищення рівня та комфортності життя характеризує:
 - а) соціальна ефективність;
 - б) економічна ефективність;
 - в) екологічна ефективність;
 - г) науко-технічна ефективність.
4. Внутрішня ефективність діяльності підприємства це:
 - а) ефективність використання внутрішніх можливостей підприємства, його внутрішніх ресурсів;

- б) ефективність використання зовнішніх можливостей підприємства, що забезпечуються факторами зовнішнього середовища;
 - в) повнота задоволення потреб споживачів порівняно з альтернативними способами їх задоволення;
 - г) всі відповіді вірні.
5. Можливості досягнення більш ефективної діяльності підприємства в результаті забезпечення належної дії факторів, що дають змогу раціональніше використовувати наявні ресурси та організаційно – інноваційний потенціал – це резерви підвищення:
- а) ефективності функціонування підприємства;
 - б) ефективності використання трудових ресурсів;
 - в) ефективності використання матеріальних ресурсів;
 - г) ефективності використання інвестиційних ресурсів.
6. Резерви поліпшення використання основних і оборотних виробничих фондів, а також резерви ефективнішого використання трудових ресурсів відносять до:
- а) ресурсних резервів підприємств;
 - б) напрямків використання організаційно-технологічних резервів;
 - в) напрямків підвищення якості продукції;
 - г) вірна відповідь відсутня.
7. Застосування технологічних систем, які забезпечують безвідходне та ресурсоекономне виробництво, підвищення рівня комплексності механізації та автоматизації процесів на засадах застосування систем машин і технологічних ліній, впровадження технологічних процесів з використанням засобів мікроелектроніки відносять до резервів:
- а) напрямків використання організаційно-технологічних резервів;
 - б) напрямків підвищення якості продукції;
 - в) ресурсних резервів підприємств;
 - г) всі відповіді вірні.

8. Проведення більш результативної роботи по забезпеченню якості на стадії проектування продукції, забезпечення більш високої якості продукції на стадіях постачання, виготовлення та реалізації продукції, забезпечення сертифікації продукції підприємства відносять до резервів:
- а) напрямків підвищення якості продукції;
 - б) ресурсних резервів підприємств;
 - в) напрямків використання організаційно-технологічних резервів;
 - г) всі відповіді вірні.
9. До резервів поліпшення основних узагальнюючих результатів діяльності підприємства відносять:
- а) всі відповіді вірні;
 - б) резерви зростання прибутку;
 - в) резерви підвищення рентабельності вкладеного капіталу і рентабельності виробництва;
 - г) нові технології, поява нового сегменту ринку, зміна вартості ресурсів підприємства.

**ТРАНСФОРМАЦІЯ І
РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ
ПІДПРИЄМСТВ
(ОРГАНІЗАЦІЙ) ТА ОБ'ЄДНАНЬ**

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

- 26.1. Структурна перебудова економіки і трансформація підприємств (організацій), об'єднань
- 26.2. Практика здійснення та ефективність трансформації і реструктуризації суб'єктів господарювання
- 26.3. Санація (фінансове оздоровлення) господарюючих суб'єктів
- 26.4. Банкрутство і ліквідація підприємств (організацій)
- 26.5. Методичні основи визначення ймовірності банкрутства

Ключові терміни

- *трансформація*
- *реструктуризація*
- *об'єкти реструктуризації*
- *бізнес-план реструктуризації*
- *ефективність реструктуризації*
- *санація*
- *механізм санації*
- *бізнес-план санації*
- *фінансування санаційних заходів*

26.1. Структурна перебудова економіки і трансформація підприємств (організацій), об'єднань

В умовах ринкової економіки весь час виникають кризові ситуації як для системи в цілому, так і для окремих господарюючих суб'єктів. Саме наявність таких ситуацій обумовлює реформування економіки України та орієнтацію вітчизняних суб'єктів господарювання на ефективне

функціонування, які вимагають перегляду основ управління господарським механізмом підприємств.

На сучасному етапі трансформації необхідна докорінна перебудова діяльності більшості українських виробників. Це зумовлено погіршенням макроекономічних параметрів розвитку держави, зростанням кількості збиткових підприємств, падінням конкурентоспроможності вітчизняної продукції, низькою інвестиційною активністю на макро- і мікрорівні, відсутністю значних позитивних результатів від приватизації державного майна, низькою ефективністю адаптаційних заходів більшості підприємств. Тому на сучасному етапі розвитку економіки актуальним є дослідження шляхів трансформації суб'єктів господарювання з метою підвищення ефективності їх діяльності.

Термін *«реорганізація»* має латинське походження і означає перебудову, перетворення. Перекладається на українську мову як перетворення, видозмінення й термін *«трансформація»*, який походить від лат. transformation. У перекладі з англійської термін *«реструктуризація»* (restructuring – re – знову, назад, і structure – порядок, розташування, побудова) означає перебудову, зміну структури чого-небудь. Таким чином, походження й переклад цих іншомовних термінів свідчить про близькість їхніх значень.

У ст. 108 Цивільного кодексу України (ЦКУ) йдеться, що *«перетворенням юридичної особи є зміна її організаційно-правової форми»*. При цьому стара організаційно-правова форма юридично припиняє своє існування і виникає нова, відомості про яку вносяться в Єдиний державний реєстр.

У разі перетворення однієї організаційно-правової форми юридичної особи на будь-яку іншу відбувається перетворення одного суб'єкта господарювання в інший. Цей процес, згідно з чинним законодавством України, супроводжується низкою обов'язкових процедур, а саме: відбувається припинення діяльності старої юридичної особи;

здійснюється державна реєстрація знову створеної юридичної особи; розробляються нові установчі документи; до новоутвореного суб'єкта господарювання переходить усе майно, всі майнові права й обов'язки попереднього суб'єкта господарювання.

Основними ознаками, які підтверджують необхідність проведення реорганізації підприємства, є поява несприятливих тенденцій у будь-якій сфері діяльності підприємства (наприклад, висока заборгованість, збільшення складських запасів готової продукції й матеріалів, скорочення ринків збуту). Перетворення може бути викликане невірним вибором організаційно-правової форми підприємства під час його створення; новими умовами діяльності, за яких існуюча організаційно-правова форма підприємства перестає бути ефективною або перестає відповідати умовам чинного законодавства.

Підприємство як юридична особа може обрати будь-яку форму перетворення. У нормативно-законодавчих документах і сучасній економічній та юридичній літературі наводяться такі форми реорганізаційних перетворень підприємств, як:

- виділ або виділення,
- поділ,
- приєднання,
- злиття,
- перетворення,
- придбання,
- поглинання,
- захоплення,
- об'єднання.

Кожна модель трансформації підприємства має свої особливості, які й обумовлюють їх вибір. В умовах економічної кризи правильний вибір форми, характеру й масштабів реструктуризації підприємства сприяє його розвитку та поліпшенню процесів виробництва, стає

запорукою фінансового оздоровлення й подальшого існування.

Метою проведення реструктуризації є створення повноцінних суб'єктів підприємницької діяльності, здатних ефективно функціонувати за умов переходу до ринкової економіки та виробляти конкурентоспроможну продукцію, що відповідає вимогам товарних ринків.

В залежності від мети змін розрізняють три види реструктуризації: санаційну, адаптаційну та випереджаючу.

Санаційна (відновна) реструктуризація застосовується, коли підприємство перебуває у передкризовому або кризовому стані і має за мету вийти з нього.

Адаптаційна (прогресивна) – використовується за відсутності кризи, але при появі негативних тенденцій з метою їх подолання та адаптації підприємства до нових ринкових умов.

Випереджаюча – має місце в успішних компаніях, які передбачають можливість зміни умов функціонування і прагнуть підсилити свої ключові позиції та конкурентні переваги.

В залежності від об'єкта змін розрізняють наступні види реструктуризації: управлінська, технічна, економічна, фінансова, реструктуризація власності.

Управлінська реструктуризація пов'язана зі зміною організаційної структури підприємства, менеджменту, інноваційної, технологічної та маркетингової політики, системи підготовки і перепідготовки кадрів.

Технічна реструктуризація повинна забезпечити підприємству відповідний рівень виробничого потенціалу, технології, ефективних систем постачання тощо, що дозволить виготовляти конкурентоспроможну продукцію.

Економічна реструктуризація покликана 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.

Реструктуризація власності стосується зміни власника державних підприємств та зміни власності через зміну участі в капіталі тощо.

В залежності від тривалості періоду реструктуризації розрізняють дві її форми: оперативну та стратегічну.

Оперативна реструктуризація розрахована на декілька місяців, і підприємство вирішує питання підвищення своєї ліквідності за рахунок внутрішніх ресурсів у 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 і припиненні здійснення неефективних інвестицій тощо.

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 такі дії, як:

- диверсифікація виробництва;
- завоювання нових ринків збуту;
- придбання нового устаткування;
- впровадження новітніх технологій;
- сертифікація виробництва;
- реструктуризація організаційної структури підприємства;
- підвищення кваліфікації персоналу;
- реструктуризація власності;

- купівля-продаж бізнесу.

В залежності від повноти вирішуваних проблем реструктуризація буває часткова та комплексна.

Часткова (обмежена) реструктуризація використовується підприємством для відновлення технічної та економічної дієздатності; заходами такої реструктуризації можуть бути: додаткова емісія цінних паперів, переоцінка активів, зниження дебіторської заборгованості, переоформлення боргів та ін.

Комплексна реструктуризація охоплює більш суттєві зміни у формі розробки нової організаційної структури, технічної, технологічної та продуктової політики, зміни у менеджменті тощо.

Реорганізація підприємства (добровільна чи примусова) є достатньо складним процесом, який потребує досконалої законодавчо-нормативної бази, чітких методичних інструкцій з проведення цього процесу, відповідної кваліфікації управлінського персоналу та значних фінансових вкладень.

Проблема реструктуризації державних підприємств притаманна не тільки Україні, а й усім країнам з перехідною економікою. З необхідністю проведення реструктуризації постійно стикається й значна кількість підприємств країн з розвинутою ринковою економікою, перед якими ця проблема виникає внаслідок суттєвих змін кон'юнктури ринку або інших факторів зовнішнього середовища (хоча там вона постає не в такій гострій формі, як в Україні).

Складність проведення реструктуризації державних підприємств (як і підприємств інших форм власності) в Україні характеризується тим, що вона має супроводжуватися відповідною реструктуризацією економіки країни в цілому. Світовий досвід господарювання переконує, що між ефективністю реструктуризації на мікро- та макроекономічному рівнях існує тісний безпосередній взаємозв'язок.

Цілі й методи реструктуризації державних підприємств суттєво залежать від причин, що викликають об'єктивну

зумовленість її проведення в кожному конкретному випадку. В сучасній вітчизняній літературі об'єктивна зумовленість проведення реструктуризації державних підприємств у більшості випадків пов'язується з реакцією на їх кризовий фінансово-економічний стан, зокрема на конкретну загрозу банкрутства. При цьому більшість авторів вважає, що процес реструктуризації підлягають, як правило, слабкі в економічному відношенні та неплатоспроможні державні підприємства, що вже стоять на межі банкрутства.

26.2. Практика здійснення та ефективність трансформації і реструктуризації суб'єктів господарювання

Реструктуризація підприємств здійснюється після занесення їх до Реєстру неплатоспроможних суб'єктів господарювання і поглибленого аналізу фінансово-господарської діяльності з висновками про можливі напрями фінансового оздоровлення.

Процес реструктуризації передбачає сукупність певних дій, операцій, які виконуються паралельно чи послідовно, але за певною технологією, тобто процес має свої етапи. Можна по-різному виділяти ці етапи, розбиваючи загальний процес на підпроцеси залежно від конкретної ситуації, але типовими є такі етапи:

1. Усвідомлення необхідності змін.
2. Формування команди.
3. Діагностика стану підприємства, виявлення існуючих проблем.
4. Визначення цілей.
5. Розробка бізнес-плану реструктуризації.
6. Реалізація бізнес-плану реструктуризації.
7. Моніторинг реалізації бізнес-плану.
8. Коригувальні дії.

Найважливішим етапом є розробка бізнес-плану реструктуризації – це трансформація обраного з декількох альтернатив варіанту досягнення встановлених цілей

реструктуризації в комплексний план конкретних дій з визначенням строків, ресурсів, відповідальних за їх реалізацію.

Бізнес-план реструктуризації має відповідати загальним вимогам, принципам бізнес-планування взагалі, тобто, він має бути структурованим, містити чітко сформульовані цілі і логічні висновки та багатоваріантні вирішення поставлених завдань. У бізнес-плані реструктуризації слід пропонувати ті заходи, які можливо реально виконати (із зазначенням адресності виконання) і представляти фінансові та змістовні наслідки запропонованих дій. Складений таким чином бізнес-план сприятиме комплексному просуванню до оптимізації цілісного механізму підприємства, тобто стане планом розумної організації конкретної справи.

Реструктуризація підприємства завжди спрямована на призупинення погіршення результатів його господарської діяльності, на підвищення ефективності виробництва. Останнє відбувається за рахунок покращення параметрів як *макроекономічних*, так і *мікроекономічних* чинників.

До *макроекономічних* чинників належать: підвищення ефективності і конкурентоспроможності; скорочення державних субсидій; збільшення ВВП; підвищення продуктивності праці й ефективності; активізація внутрішніх інвестицій; залучення приватних капіталів у виробництво; розширення бази оподаткування; розвиток підприємництва, творчості та ініціативи; самоуправління.

До *мікроекономічних* чинників належать: зменшення витрат на виробництво; підвищення продуктивності праці й ефективності управління; гнучкість у реагуванні на ринкові зміни; сприймання сучасних технологій; збільшення можливості залучати внутрішній і іноземний капітал; оптимізація управління; більша свобода в прийнятті рішень.

Дія всіх перелічених чинників підвищення ефективності виробництва відбувається за рахунок розробки та реалізації програми реструктуризації підприємства. Для її підготовки необхідно проаналізувати економічне становище

підприємства, визначити мету та завдання програми, можливі форми та методи реструктуризації, а при розширенні та скороченні виробництва або зміні форми власності та контролю – розробити бізнес-план і план передання об’єктів соціальної сфери, узгодивши його з органами місцевого самоврядування. Треба також розробити програму реалізації (приватизації) об’єктів незавершеного будівництва, реструктуризації кредиторської та дебіторської заборгованостей і їхнє погашення, консервації окремих основних фондів, а також механізм здійснення заходів, передбачених проектом реструктуризації.

Для визначення економічного становища підприємства, для вибору форм і методів реструктуризації необхідно проаналізувати фінансово-господарські показники його діяльності, оцінивши його потенційні можливості щодо розвитку виробництва та кон’юнктури на товарних ринках за попередні роки. Цей аналіз повинен містити оцінку загальної вартості майна, активів і пасивів балансу, нематеріальних активів, кредиторської та дебіторської заборгованості, собівартості та рентабельності продукції, яка проводиться на основі даних бухгалтерського звіту.

Головними сферами, в яких очікується покращення економічної ефективності підприємств завдяки реструктуризації, є: майно, фінанси, організація, персонал, виробництво і продаж.

Таблиця 26.1

Якісні характеристики ефективності реструктуризації підприємства

Сфера, яка підлягає реструктуризації	Ефект
--------------------------------------	-------

Майно і капітал	Продаж, оренда невикористаних складових майна, продаж нерухомості соціального характеру – зміна структури майна, модернізація існуючого виробничого майна, зміни структури капіталу, зміна відносин власності, приваблення закордонного інвестора, впровадження акцій до публічного обороту, реалізація «екологічних» інвестицій
Фінанси	Зміни способів і джерел кредитування, покращення процесів погашення заборгованостей, зменшення боргів, зниження витрат, зменшення рівня постійних витрат, підвищення ліквідності, покращення широко трактованої економічної ефективності підприємства
Організація і управління	Зміни в організації підприємства – створення холдінгових структур, нових організаційних вертикалей, впровадження нової (зазвичай більш простої) організаційної структури, покращення інформаційної системи підприємства, комп'ютеризація, планування і програмування подальшого розвитку
Прийом на роботу	Зміна системи заробітної плати, раціоналізація прийому на роботу, виникнення нових робочих місць, зміна діапазону завдань, відповідальності, зміна структури прийому на роботу
Виробництво і продаж	Модернізація технології виробництва, покращення якості виробів і послуг, зміни в асортиментній структурі продукції, входження до нових сегментів ринку

Характерною властивістю ефектів реструктуризації є те, що їх величина, масштаб, а також сфери появи істотно залежать від виду реструктуризації, сфери діяльності або предметного діапазону, у зв'язку з чим у процесі аналітичного дослідження ефектів реструктуризації необхідно:

- визначити цілі реструктуризації і їх ієрархію, яка віднесена до різних часових горизонтів планування підприємства (стратегічного, теоретичного і операційного);

- описати зовнішні та внутрішні умови діяльності підприємства, оскільки місцем виникнення ефектів є не лише дане підприємство, але і його макро- і мікрооточення;

- мати на увазі, що не всі ефекти є придатними для безпосередньої фінансової оцінки, тому не можуть бути порівнювані між собою.

26.3 Санація (фінансове оздоровлення) господарюючих суб'єктів

Стратегія підприємства повинна бути спрямована на його фінансово-економічне оздоровлення, яке реалізується не тільки через механізм реструктуризації але й санації.

Санація – це система економіко-організаційних заходів, спрямованих на оздоровлення фінансового стану підприємства-боржника.

Санація здійснюється у двох випадках: для збанкрутілих підприємств, і для підприємств, які припинили падіння основних показників своєї господарської діяльності та потребують конкретних заходів для виходу з кризового стану. Термін санації може діяти від 12 до 18 місяців залежно від фінансового стану підприємства.

Санація як економічна категорія виражає комплекс послідовних, взаємозв'язаних заходів фінансово-економічного, виробничо-технічного, організаційного, соціального характеру, спрямована на виведення суб'єкта господарювання з кризового стану й відновлення або досягнення його прибутковості та конкурентоспроможності.

Отже, основними критеріями оцінки ефективності санації є: ліквідність і платоспроможність; прибутковість; додаткова вартість, створена в результаті санації; конкурентні переваги.

Якщо за основу прийняти критерій прибутковості, то ефективність санації (E) можна визначити за формулою:

$$E = \frac{\Delta F}{I}, \quad (28.1)$$

де ΔF – прогнозований обсяг додаткового прибутку;

I – розмір інвестицій на проведення санації.

Результати санації в деяких випадках можна оцінити на основі додаткового прибутку підприємства, який складає різницю між сумою прибутку після санації і його розміром (або величиною збитків) до проведення санації.

Для об'єктивнішої оцінки ефективності прогнозований обсяг прибутку приводять до теперішньої вартості. Вкладення для проведення санації розглядаються як інвестиція санатора у підприємство з метою одержання прибутку.

Економічна ситуація підприємства дозволяє використовувати такі шляхи санації, як:

- реструктуризація підприємства;
- перепрофілювання виробництва;
- закриття нерентабельних виробництв;
- відстрочка, розстрочка або погашення частини або її дарування, про що укладається мирова угода;
- ліквідація дебіторської заборгованості;
- продаж частини майна боржника;
- зобов'язання інвестора про погашення боргу боржника шляхом переведення на нього боргу та його відповідальність за невиконання взятих на себе зобов'язань;
- продаж майна боржника як цілого майнового комплексу;
- удосконалення організації праці;
- інші спроби відновлення платоспроможності боржника.

У процесі санації особливе місце посідають закони фінансово-економічного характеру, які відображають

фінансові відносини, що виникають у ході мобілізації та використання фінансових джерел санації. Так, законом та Господарським кодексом України передбачено таке поняття, як «досудова санація» для державних підприємств.

Досудова санація – це система заходів щодо відновлення платоспроможності підприємства-боржника, які здійснюються органом, уповноваженим управляти майном боржника, з метою запобігання його банкрутству до початку порушення провадження у справі про банкрутство.

Ініціатива щодо проведення досудової санації може виходити від уповноважених органів, підприємств, кредиторів або інших осіб.

Для проведення досудової санації розробляється план, який повинен містити:

- реквізити підприємства;
- відомості про фінансово-господарське становище;
- заходи, щодо відновлення платоспроможності і терміни їх здійснення;
- розрахунок необхідних коштів для реалізації заходів;
- визначення джерел фінансування заходів;
- умови участі інвесторів і кредиторів у проведенні досудової санації (набуття права власності на майно підприємства відповідно до законодавства, розпорядження частиною продукції, оренда майна підприємства, задоволення вимог кредиторів шляхом переведення боргу на інвестора тощо);
- очікувані наслідки виконання плану досудової санації.

Санація передбачає комплекс конкретних заходів щодо залучення фінансового капіталу із зовнішніх джерел. Якщо мобілізованих із децентралізованих джерел фінансових ресурсів не вистачає для успішного проведення санації, то в окремих випадках може бути прийняте рішення про державну фінансову підтримку.

Надання підтримки орієнтоване, в першу чергу, на підприємства, які здатні її використати з максимальною

віддачею та забезпечити збільшення виробництва продукції, що позитивно впливає на доходну частину бюджету.

Централізована санаційна підтримка може проводитися: а) шляхом прямого бюджетного фінансування; б) непрямыми формами державного впливу.

Пряме бюджетне фінансування підприємств може здійснюватися на поворотних (бюджетні позички) і безповоротних засадах (субсидії, дотації, повний або частковий викуп державою акцій підприємств, що перебувають на межі банкрутства).

Одним з непрямих методів державної санаційної підтримки підприємств є надання їм дозволу на порушення антимонопольного законодавства. Згідно із Законом України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності», з метою запобігання монопольному становищу окремих підприємців на ринку такі форми санації підприємств, як реорганізація, злиття, приєднання, придбання активів, створення концернів та ряд інших, здійснюються за умови одержання згоди на це Антимонопольного комітету. У випадках, коли підприємці зловживають монопольним становищем на ринку, антимонопольні органи можуть прийняти рішення про реорганізацію монопольних утворень шляхом їх примусового поділу.

У цілому ж у практиці проведення санацій цей метод використовується у виняткових випадках, оскільки надання дозволу на монопольні утворення спричиняє негативні мікрота макроекономічні наслідки. Застосування цього методу може мати антиринковий ефект стратегічного характеру. Саме тому використовувати його можна лише в тому разі, коли підприємства доведуть, що в результаті їх злиття буде якнайповніше використано ефект масштабу, значно скоротиться рівень собівартості продукції та істотно підвищаться її якісні параметри. Злиття можливе лише тоді, коли буде доведене додатне сальдо між народногосподарською вигодою та негативними

антиконкурентними наслідками. Залежно від напрямку економічної доктрини держави можливе використання того чи іншого виду санаційної підтримки підприємств фіскального характеру, яка може здійснюватися у вигляді списання чи реструктуризації податкових зобов'язань, податкового кредитування, надання цільових податкових пільг підприємствам, що безпосередньо потребують санації, а також шляхом фіскальних поступок головним кредиторам даних підприємств з метою активізації їх участі в санаційних процесах.

Особливе значення має фіскальна підтримка, пов'язана з стимулюванням лізингової форми фінансування виробничо-технічних санаційних заходів. Основне значення лізингу як санаційного інструмента полягає в можливості залучення до процесу виробництва найсучасніших технологій при відсутності не тільки необхідних для здійснення капіталовкладень фінансових ресурсів, а й достатнього для виходу на фінансовий ринок кредитного забезпечення. В Німеччині, наприклад, загальна сума знижок по різних видах податків при використанні лізингу сягає 50 % лізингових платежів.

Іншим напрямом фіскальної підтримки санації підприємств є активізація участі в ній найбільших кредиторів. Сприяння фінансовому оздоровленню підприємств з боку кредиторів може відбуватись у формі пролонгації строків сплати заборгованості, шляхом відмови від існуючих фінансових вимог або через надання додаткових кредитних ресурсів.

Отже, використання того чи іншого методу підтримки санації та реструктуризації підприємств залежить від конкретних характеристик підприємства. Проте, у цілому прийнято вважати, що економічно найраціональнішим є: надання державних гарантій та різні форми підтримки фіскального характеру, зокрема, спрямовані на стимулювання лізингу та активізацію участі найбільших кредиторів у санації підприємств, що перебувають у кризі, а

також державна допомога у вигляді сприятливої амортизаційної політики.

26.4 Банкрутство і ліквідація підприємств (організацій)

Поняття банкрутства органічно притаманне сучасним ринковим відносинам. Воно характеризує неспроможність підприємства (організації) задовольнити вимоги кредиторів щодо оплати товарів, робіт, послуг, а також забезпечити обов'язкові платежі в бюджет і позабюджетні фонди.

Згідно із Законом України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» **банкрутство** – це визнана господарським судом (арбітражем) нездатність боржника відновити свою платоспроможність і задовольнити визнані судом вимоги кредиторів не інакше, як через застосування ліквідаційної процедури.

Боржником є суб'єкт підприємницької діяльності, неспроможний виконати свої грошові зобов'язання перед кредиторами, в тому числі зобов'язання щодо сплати податків і зборів (обов'язкових платежів), протягом трьох місяців після настання встановленого строку їх сплати.

Суб'єктом банкрутства є боржник, неспроможність якого виконати свої грошові зобов'язання встановлена господарським судом.

Як кредитор може виступати будь-яка українська або іноземна юридична чи фізична особа, що має вимоги (претензії) до боржника на підставі як майнових, так і немайнових зобов'язань останнього.

Причини банкрутства підприємств (організацій) можуть бути найрізноманітнішими. Загалом, їх можна поділити на дві групи: зовнішні та внутрішні.

Зовнішні фактори можуть бути міжнародними та національними. Міжнародні фактори формуються під впливом динаміки загальноекономічних показників розвитку провідних країн, стану світової фінансової системи,

стабільності міжнародної торгівлі, митної політики, рівня міжнародної конкуренції, руху міжнародного капіталу тощо. В Україні необґрунтована економічна політика уряду, некеровані інфляційні процеси, тотальна економічна криза, політична нестабільність суспільства, спад ділової активності в економіці найбільш впливають на результати діяльності підприємств, передусім через недосконалість законодавчої бази. Низький рівень інтегрованості вітчизняної економіки, неефективне використання зарубіжного капіталу, різке погіршення кон'юнктури внутрішнього і зовнішнього ринків спричиняють помітні симптоми банкрутства в багатьох підприємствах України.

Основними етапами порушення справи про банкрутство є:

- встановлення факту неплатоспроможності боржника;
- документальне підтвердження вимог кредитора, який ініціює порушення справи про банкрутство;
- оцінка майна боржника;
- виявлення всіх можливих кредиторів;
- обґрунтування можливості реструктуризації підприємства або санації;
- реструктуризація підприємства або санація (якщо можливі);
- визнання боржника банкрутом.

Процедура порушення справи про банкрутство включає насамперед подання письмової заяви про банкрутство. Заяву про банкрутство можуть подати:

- кредитори (крім кредиторів, майнові вимоги яких повністю забезпечено заставою);
- органи державної податкової служби;
- органи державної контрольно-ревізійної служби;
- сам боржник.

Якщо до одного боржника мають майнові вимоги два або більше кредиторів, останні утворюють так звані збори кредиторів. Заява про банкрутство подається до господарського суду за місцем знаходження боржника.

Письмова заява кредитора (боржника, органів податкової служби або державної контрольно-ревізійної служби) до господарського суду і є підставою для порушення справи про банкрутство. Якщо боржник у разі його фінансової неспроможності (або загрози такої неспроможності) з власної ініціативи звернувся до арбітражного суду, то до його заяви додаються список боржників і кредиторів, суми їхніх вимог, забезпечених або незабезпечених заставою (якщо вимоги забезпечено заставою, то вказується вартість застави); список майна та його вартість.

Заяву кредитора може бути відкликано заявником до прийняття господарським судом рішення про визнання боржника банкрутом. Відкликання заяви боржником можливе тільки за згодою кредитора.

Після прийняття заяви проводиться попереднє засідання господарського суду, на якому розглядаються подані документи, заслуховується пояснення сторін і, в разі необхідності, призначається розпорядник майна боржника. Якщо суд вирішує, що всіх процедурних вимог дотримано, то він призначає судовий розгляд справи, надсилає повідомлення всім сторонам судового процесу і публікує повідомлення про рішення суду в офіційному друкованому органі Верховної Ради України чи Кабінету Міністрів України.

Судовими процедурами, які застосовують щодо боржника можуть бути:

- розпорядження майном боржника;
- мирова угода;
- санація з поновленням платоспроможності боржника;
- ліквідація банкрута.

У місячний строк (від дня опублікування повідомлення) господарський суд виносить ухвалу, в якій зобов'язує всіх осіб, що подали заяви з майновими вимогами до боржника, скликати збори кредиторів, а якщо кількість кредиторів

перевищує десять осіб – створити повноважний комітет. Повноваження комітету визначаються зборами кредиторів.

Будь-яка фізична чи юридична особа (у тім числі сам боржник чи кредитор), які бажають взяти участь у реструктуризації або санації боржника, у той самий строк повинні подати до господарського суду заяви з письмовим зобов'язанням про переведення на них боргу, а також указати умови проведення процесу реструктуризації або санації.

У даному разі санація є процедурою, що включає угоду між санатором та кредиторами, спрямовану на врегулювання боргів та фінансове оздоровлення юридичної особи боржника.

Отже, першим етапом санації є перехід до санатора боргів боржника; другим – узгодження умов реструктуризації юридичної особи боржника; третім – узгодження між санатором та кредиторами умов виплати боргу.

Практика показує, що реструктуризація може здійснюватись у різних формах: через придбання санатором та/або фізичною чи юридичною особами, ним визначеними, усього чи частки статутного фонду боржника для виплати боргів боржника згідно з умовами плану реорганізації; усього чи частки майна боржника (включаючи частину або всі його угоди) з метою одержання коштів для погашення боргів; здавання в оренду (лізинг) усієї або частини власності боржника з метою розподілу орендних платежів між кредиторами; передачі підприємства в оренду трудовому колективу, якщо боржник – державне підприємство.

Реструктуризація може бути інструментом приватизації цілісного майнового комплексу державного підприємства або часток (паїв, акцій) держави в господарських товариствах у таких випадках: якщо боржником є державне підприємство; боржник сам порушив справу про банкрутство; план реструктуризації передбачає процес приватизації боржника.

Будь-який план санації має включати черговість задоволення претензій (вимог) до боржника відповідно до умов пропозиції про санацію. За браком пропозицій щодо

проведення санації або в разі незгоди кредиторів з умовами проведення санації боржника Господарський суд визнає боржника банкрутом і з цього приводу ухвалює відповідну постанову.

Мирова угода – це домовленість між боржником і кредиторами щодо відстрочення або розстрочення, а також прощення кредиторами боргів боржника, яка оформляється угодою сторін. Мирова угода може бути прийнята на будь-якій стадії провадження у справі про банкрутство.

Рішення про ліквідацію боржника може ухвалити суд з власної ініціативи чи на клопотання розпорядника майна, кредитора, зборів чи комітету кредиторів. Відтак, Арбітражний суд приймає відповідну постанову про визнання боржника банкрутом, яка надсилається всім учасникам, причетним до цього процесу (засновнику визнаної банкрутом юридичної особи; власнику майна банкрута або вповноваженому ним органу; банку, клієнтом якого є банкрут; органу, що зареєстрував банкрута як суб'єкта підприємницької діяльності; усім кредиторам; усім учасникам угод, що в них боржник бере участь; усім учасникам арбітражного процесу; державній службі зайнятості; відповідним профспілковим органам). Цією постановою призначаються також ліквідатори з представників зборів кредиторів, банків, фінансових органів, а також з Фонду державного майна, якщо банкрутом визнано державне підприємство або організацію. Призначені арбітражним судом ліквідатори утворюють *ліквідаційну комісію*, якій надаються широкі повноваження. До ліквідаційної комісії переходить право розпорядження майном банкрута і всі його майнові права та обов'язки. Ліквідаційна комісія: управляє майном банкрута; здійснює інвентаризацію та оцінку майна; визначає ліквідаційну масу і розпоряджається нею; вживає заходів для стягнення дебіторської заборгованості; реалізує майно збанкрутілого підприємства (організації) і здійснює інші заходи, спрямовані на задоволення вимог кредиторів.

26.5 Методичні основи визначення ймовірності банкрутства

Для успішного господарювання на ринкових засадах суттєво важливим є можливість оцінки ймовірності банкрутства суб'єктів підприємницької та іншої діяльності.

Одним із авторитетних підходів до оцінки платоспроможності є розрахунок індексу Альтмана. Цей індекс дає змогу з достатньою вірогідністю розподілити суб'єкти господарювання на тих, що працюють стабільно, і на потенційних банкрутів.

Індекс Альтмана розраховується за формулою:

$$Z = 3,3K_1 + 0,99K_2 + 0,6K_3 + 1,4K_4 + 1,2K_5, \quad (26.1)$$

де 3,3; 0,99; 0,6; 1,4 і 1,2 — коефіцієнти регресії, що характеризують міру впливу на індекс «Z»;

K_1 — характеризує прибутковість основного та оборотного капіталу; визначається діленням суми балансового прибутку на загальну вартість активів; з певною часткою умовності його можна назвати показником рентабельності виробництва;

K_2 — відображає дохідність суб'єкта господарювання і розраховується як співвідношення чистої виручки від реалізації продукції і загальної вартості активів підприємства (організації);

K_3 — визначає структуру капіталу фірми; обчислюється як відношення власного капіталу (за ринковою вартістю) до позикового капіталу (суми коротко і довгострокових пасивів);

K_4 — відображає рівень чистої прибутковості виробництва (діяльності); розраховується діленням обсягу реінвестованого прибутку (суми резерву, фондів соціального призначення та цільового фінансування, нерозподіленого прибутку) на загальну вартість активів фірми;

K_5 — характеризує структуру капіталу та визначається як відношення власного оборотного капіталу до загальної вартості активів суб'єкта господарювання.

Для визначення ймовірності банкрутства того чи того суб'єкта господарювання розрахунковий індекс «Z» необхідно порівняти з критичним його значенням. Зрозуміло, що в процесі ранжирування (розподілу) підприємств та інших суб'єктів підприємницької діяльності часто виникає потреба врахувати специфіку відповідної галузі (сфери діяльності), а відтак визначити іншу шкалу градації індексів.



ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Сутність та завдання реструктуризації підприємства.
2. Форми реструктуризації підприємства.
3. Характеристика оперативної реструктуризації підприємства.
4. Види реструктуризації та їхня характеристика.
5. Показники ефективності реструктуризації підприємства.
6. Порядок та варіанти проведення реструктуризації підприємства.
7. Сутність та завдання процесу санації підприємства.
8. План санації боржника, його зміст та завдання.
9. Джерела фінансування санаційних заходів.
10. Суть банкрутства і чинники, що його спричиняють.
11. Симптоми прояву банкрутства.
12. Порядок ліквідації збанкрутілих підприємств.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Порядок та варіанти проведення реструктуризації підприємства.
2. Сутність та завдання процесу санації підприємства.

3. План санації боржника, його зміст та завдання.
4. Джерела фінансування санаційних заходів.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Процес реструктуризації підприємства – це:
- а) всі відповіді вірні;
 - б) здійснення організаційно-господарських, фінансово-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на реорганізацію підприємства;
 - в) зміна співвідношення окремих галузей та підгалузей, рівня розвитку елементів ринкової інфраструктури на підприємстві;
 - г) перебудова всіх сфер його діяльності, починаючи від виробничо-технічних та організаційних систем і завершуючи фінансовими аспектами і проблемами власності.
2. До зовнішніх чинників реструктуризації відносять:
- а) технологічний прогрес; міжнародна економічна інтеграція, докорінні зміни на ринках розвинутих країн, політика уряду, екологічна ситуація;
 - б) незадовільний рівень загального менеджменту, слабкий фінансовий менеджмент з питань управління грошовими потоками;
 - в) не конкурентоспроможність продукції, високі витрати;
 - г) конфлікт інтересів, стереотипи мислення керівництва.
3. До внутрішніх чинників реструктуризації відносять:
- а) незадовільний рівень загального менеджменту, слабкий фінансовий менеджмент з питань управління грошовими потоками, не конкурентоспроможність продукції, високі витрати, конфлікт інтересів, стереотипи мислення керівництва;
 - б) технологічний прогрес; міжнародна економічна інтеграція,
 - в) докорінні зміни на ринках розвинутих країн, зміни соціально-економічних систем;

- г) політика уряду, екологічна ситуація.
4. Відновлення технічної та економічної дієздатності: додаткова емісія цінних паперів, переоцінювання активів, зниження дебіторської заборгованості, переоформлення боргів характеризує реструктуризацію:
- а) часткова;
 - б) санаційна;
 - в) комплексна;
 - г) адаптаційна.
5. Суттєві зміни у формі розробки нової організаційної структури, технічної, технологічної та продуктової політики, зміни в менеджменті характеризує реструктуризацію:
- 1) комплексна;
 - 2) часткова;
 - 3) санаційна;
 - 4) адаптаційна.
6. Інноваційну спрямованість систем управління, гнучкість виробництва, цілеспрямовані і результативні нововведення характеризує реструктуризацію:
- а) інноваційна;
 - б) часткова;
 - в) санаційна;
 - г) адаптаційна.
7. Реструктуризації, яка пов'язана із підготовкою та перепідготовкою персоналу з орієнтацією на конкурентоспроможне функціонування підприємства, зміну його організаційної структури, менеджменту, технологічної, інноваційної та маркетингової політики:
- а) управлінська;
 - б) технічна;
 - в) економічна;
 - г) фінансова.
8. Реструктуризація, яка пов'язана із забезпеченням такого стану підприємства, за якого воно досягає відповідного рівня виробничого потенціалу, технології, ноу-хау,

управлінських навичок, кваліфікації персоналу, ефективних систем постачання:

- а) технічна;
 - б) управлінська;
 - в) економічна;
 - г) фінансова.
9. Реструктуризація, яка забезпечує достатній рівень рентабельності шляхом оптимізації капітальних і поточних витрат, обсягу продажу, збалансованої цінової політики:
- а) економічна;
 - б) технічна;
 - в) управлінська;
 - г) фінансова.
10. Реструктуризація, яка передбачає зміну структури й розмірів власного й позичкового капіталу та інших пасивів підприємства:
- а) фінансова;
 - б) економічна;
 - в) технічна;
 - г) управлінська.
11. Показниками результативності реструктуризації є:
- а) всі відповіді вірні;
 - б) досягнення відповідного рівня прибутковості є однією з цілей реструктуризації і водночас показником її успішності;
 - в) наявність позитивних грошових потоків від основної діяльності;
 - г) зростання продуктивності всіх видів ресурсів і зростання обсягів експорту.
12. Визнана господарським судом нездатність боржника відновити свою платоспроможність і задовольнити визнані судом вимоги кредиторів не інакше, як через застосування ліквідаційної процедури – це:
- а) банкрутство;
 - б) неплатоспроможність;

- в) фінансова нездатність;
 - г) вірна відповідь відсутня.
13. Кредиторами неплатоспроможних боржників виступають:
- а) всі відповіді вірні;
 - б) суб'єкти, які мають підтвержені відповідно до законодавства вимоги до боржника щодо грошових зобов'язань;
 - в) кредитори, вимоги яких повністю або частково забезпечені заставою;
 - г) визначені законом органи справляння податків та зборів (обов'язкових платежів).
14. До зовнішніх причин банкрутства відносять:
- а) різке скорочення попиту на продукцію та падіння цін на неї, підвищення цін на сировину, матеріали, енергоресурси, політична та соціально-економічна ситуація в державі, природна стихія;
 - б) недоліки у виробничо-технічній та економічній політиці;
 - в) несвоєчасна і неадекватна реакція на зміни в ринковому середовищі;
 - г) нераціональна організаційна структура, помилки у виборі лінії та стратегії розвитку, широкомасштабних інвестиційних проектів, об'єктів діяльності.
15. До внутрішніх причин банкрутства відносять:
- а) недоліки у виробничо-технічній та економічній політиці, несвоєчасна реакція на зміни в ринковому середовищі, нераціональна організаційна структура, помилки у виборі лінії та стратегії розвитку, широкомасштабних інвестиційних проектів, об'єктів діяльності;
 - б) різке скорочення попиту на продукцію та падіння цін на неї;
 - в) підвищення цін на сировину, матеріали, енергоресурси;
 - г) політична та соціально-економічна ситуація в державі, природна стихія.
16. Ліквідація суб'єкта господарювання здійснюється рішенням:
- а) ліквідаційною комісією;

- б) кредиторів;
- в) трудового колективу;
- г) органами місцевого самоврядування.

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАСВОЄННЯ МАТЕРІАЛУ

- 27.1. Економічна безпека підприємства: сутність і передумови формування
- 27.2. Методичні підходи до конструювання аналітичних показників оцінки рівня економічної безпеки підприємства
- 27.3. Управління економічною безпекою підприємства

Ключові терміни

- *економічна безпека*
- *ризик*
- *складові економічної безпеки*
- *управління економічною безпекою*
- *система економічної безпеки*

27.1 Економічна безпека підприємства: сутність і передумови формування

Економічна безпека підприємства – відносно новий напрям розвитку економічної науки. Необхідність її постійного забезпечення зумовлюється об'єктивно наявним для кожного суб'єкта господарювання завданням забезпечення стабільності функціонування і досягнення головних цілей своєї діяльності.

Під економічною безпекою суб'єктів підприємництва будемо розуміти стан, за якого забезпечується економічний розвиток і стабільність діяльності підприємства, гарантований захист його ресурсів, здатність адекватно і без суттєвих втрат реагувати на зміни внутрішньої і зовнішньої ситуації.

Основна ціль економічної безпеки підприємства (ЕБП) – забезпечення стійкого функціонування підприємства в теперішньому часі та в майбутньому.

Головні функціональні цілі:

- забезпечення високої фінансової ефективності роботи, стійкості та незалежності підприємства;
- забезпечення технологічної незалежності та високої конкурентоспроможності його технічного потенціалу;
- висока ефективність менеджменту, оптимальність та ефективність його організаційної структури;
- високий рівень кваліфікації персоналу та його інтелектуального потенціалу;
- мінімізація шкідливого впливу результатів виробничої діяльності на довкілля;
- максимальна правова захищеність усіх аспектів діяльності підприємства;
- захист інформаційного поля комерційної таємниці та досягнення необхідного рівня інформаційного забезпечення роботи всіх підрозділів;
- забезпечення безпеки персоналу підприємства, його майна комерційних інтересів.

До головних загроз, які перешкоджають забезпеченню економічної безпеки є;

- різноспрямованість економічних інтересів держави, регіонів і підприємств;
- низький рівень мотивації працівників до попередження загроз і їх незацікавленість в кінцевих результатах діяльності підприємства;
- перевага значної частини дебіторської та кредиторської заборгованості в балансі підприємства;
- значна зношеність активної частини основних засобів.

Найбільш поширеним терміном у сутності економічної безпеки є поняття **ризик** – одна з форм небезпеки, тобто можлива небезпека невдачі запланованих дій.

В залежності від результатів підприємницької діяльності ризику поділяються на:

- *комерційні ризики* (спекулятивні та чисті). *Чисті ризики* означають можливість збитків чи нульового результату. *Спекулятивні ризики* проявляються в можливості одержання як позитивного результату, так і негативного;

- *фінансові ризики* – до них належать: кредитний, валютний, втрачених фінансових зисків тощо;

- *валютний ризик* – це загроза втрат, пов'язаних зі зміною курсів іноземних валют під час здійснення угод їх купівлі-продажу;

- *ризик ліквідності* – це специфічна форма ризику, пов'язаного з низькою ліквідністю об'єктів інвестування (майна, активів) чи з великим періодом інвестиційного процесу. Тобто це ризик щодо можливості збитків під час реалізації майна, нерухомості, цінних паперів або інших товарів, пов'язаних зі зміною оцінки їх якості та (або) споживчої вартості.

Виділяють наступні складові економічної безпеки підприємства.

1. *Фінансова складова* вважається провідною й вирішальною для ефективного функціонування підприємства. До фінансової складової економічної безпеки входять такі елементи, за якими оцінюється стан загрози: аналіз загрози негативних дій щодо політико-правової складової економічної безпеки; оцінка поточного рівня забезпечення фінансової складової економічної безпеки; оцінка ефективності запобігання можливій шкоді від негативних дій, пов'язаних з антикризовими явищами; планування комплексу заходів і розробки рекомендацій щодо фінансової складової економічної безпеки.

2. *Інтелектуальна і кадрова складова* визначає в першу чергу інтелектуальний та професійний склад кадрів. Дана складова має бути спрямована на охорону належного рівня безпеки й охоплювати організацію системи підбору, найму, навчання й мотивації праці працівників, включаючи матеріальні та моральні стимули, престижність професії, свободу творчості, забезпечення соціальними благами.

3. *Техніко-технологічна складова* передбачає аналіз ринку технологій стосовно виробництва продукції аналогічного профілю певного підприємства.

4. *Політико-правова складова* охоплює такі елементи організаційно-економічного спрямування: 1) аналіз загроз негативних впливів; 2) оцінку поточного рівня забезпечення; 3) планування (програму) комплексних заходів спеціалізованими підрозділами підприємства; 4) здійснення ресурсного планування; 5) планування роботи відповідних функціональних підрозділів підприємства.

5. *Інформаційна складова* економічної безпеки формується таким чином:

1) збір всіх видів інформації, яка стосується діяльності суб'єкта господарювання;

2) аналіз отриманої інформації з дотриманням загальноприйнятих принципів і методів організації робіт;

3) прогнозування тенденцій розвитку науково-технологічних, економічних і політичних процесів на підприємстві, в країні, за кордоном стосовно конкретної сфери бізнесу;

4) оцінювання рівня економічної безпеки за всіма складовими та в цілому, розробка рекомендацій для підвищення рівня безпеки на конкретному суб'єкті господарювання;

5) збір інших видів інформації, спрямованої на антикризову діяльність (зв'язок з громадськістю, формування іміджу підприємства, захист конфіденційної інформації). Весь комплекс інформаційної складової є важливим фактором для своєчасного прийняття правильного рішення з боротьби з можливими проявами кризових ситуацій.

6. *Екологічна складова* має гарантувати безпеку суспільству від суб'єктів господарювання, що здійснюють виробничо-комерційну діяльність. З цією метою товаровиробник повинен ретельно дотримуватись національних норм мінімально допустимого вмісту шкідливих речовин, що потрапляють у навколишнє

середовище, та екологічних параметрів продукції, яка виготовляється.

7. *Силова складова* економічної безпеки в програмі антикризового господарства має: забезпечити фізичну і моральну безпеку співробітників; гарантувати безпеку майна та капіталу підприємства; гарантувати безпеку інформаційного середовища підприємства; забезпечити сприятливе зовнішнє середовище бізнесу.

Система економічної безпеки кожного підприємства є індивідуальною, її повнота і дієвість залежать від чинної в державі законодавчої бази, від обсягу матеріально-технічних і фінансових ресурсів, виділених керівниками підприємств, від розуміння кожним з працівників важливості гарантування безпеки бізнесу, а також від досвіду роботи керівників служб безпеки підприємств.

Надійна економічна безпека підприємства можлива лише за комплексного і системного підходу до її організації. Ця система забезпечує можливість оцінити перспективи зростання підприємства, розробити тактику і стратегію його розвитку, зменшити наслідки фінансових криз і негативного впливу нових загроз та небезпек.

Погляди науковців щодо визначення сутності економічної безпеки дещо різняться. Основною відмінністю є різноманітність підходів (рис. 27.1).

Необхідно зазначити, що найпоширенішими з існуючих підходів є підхід, що будується на аналізі і управлінні ризиками та ресурсно-функціональний підхід. Однак, оцінювання економічної безпеки підприємства через визначення його ризиків є недосконалим, оскільки не враховує стану використання корпоративних ресурсів та негативного впливу непередбачуваних факторів.

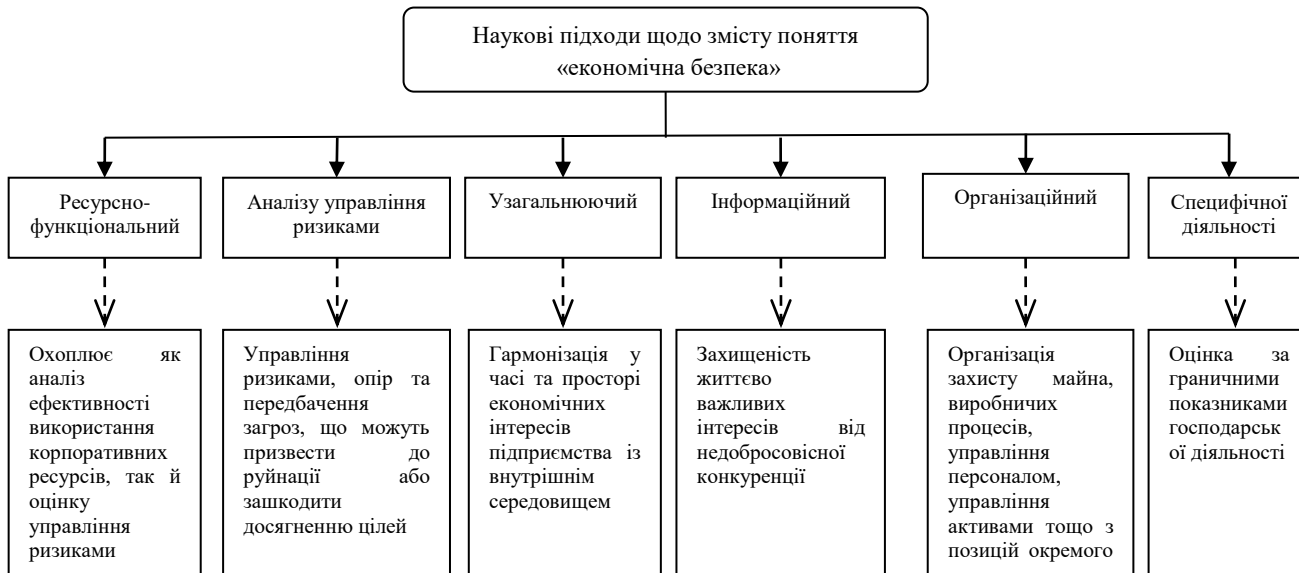


Рис. 27.1 Характеристика наукових підходів щодо визначення економічної безпеки

Ресурсно-функціональний підхід до визначення економічної безпеки підприємства вміщує в собі оцінку й управління ризиками та охоплює аналіз ефективності використання корпоративних ресурсів підприємства. Перевагою зазначеного підходу є те, що він містить розрахунок майбутніх загроз та можливих наслідків на ефективність бізнесу в випадку їх реалізації. До недоліків ресурсно-функціонального підходу можна віднести його трудомісткість.

Узагальнюючий підхід щодо розуміння економічної безпеки підприємства як міри гармонізації у часі та просторі його економічних інтересів будується на визнанні значення розширеного відтворення капіталу підприємства для додержання його інтересів та їх узгодженні з інтересами суб'єктів зовнішнього середовища. Зазначений підхід є достатньо близьким до організаційного підходу, що лежить в основі наукових розробок західних фахівців. Так, *організаційний підхід* передбачає організацію і захист майна, виробничих процесів, управління персоналом, з позиції окремого аспекту діяльності.

Різноманітні аспекти діяльності підприємства лежать і в основі підходу з *точки зору специфічної діяльності*.

Дослідження наукових підходів щодо розуміння сутності економічної безпеки підприємства свідчать про відсутність єдиного економічного погляду та призводять до висновків, що кожен із перелічених підходів має ряд переваг та недоліків.

Основними принципами економічної безпеки суб'єктів підприємництва виступають наступні: законність, цілеспрямованість, економічна доцільність, контроль, диверсифікація, баланс інтересів.

Принцип законності передбачає, що вся система економічної безпеки та її функціонування мають бути побудовані у відповідності до існуючих в країні правових норм та власних правових актів суб'єктів підприємництва.

Принцип цілеспрямованості вказує на те, що всі заходи економічної безпеки мають базуватись на інтересах суб'єктів

підприємництва і спрямовуватись на захист тих видів діяльності, які в даний час виконує суб'єкт підприємництва.

Економічна доцільність передбачає, що вартість заходів економічної безпеки не повинна перевищувати вартості отриманих від них економічних результатів.

Контроль як принцип економічної безпеки має забезпечити відповідність отриманих від проведених заходів безпеки результатів тим показникам, які передбачались при їх плануванні, а диверсифікація вимагає, з одного боку, комплексного підходу при запровадженні заходів безпеки, а з іншого – поширення їх на всі види діяльності суб'єкта підприємництва та всі регіони, в яких реалізуються його інтереси.

Баланс інтересів вимагає, щоб забезпечення економічної безпеки здійснювалось з врахуванням інтересів безпеки всіх осіб, які мають справу з тим чи іншим суб'єктом підприємництва: працівники, акціонери, клієнти (споживачі), контрагенти, партнери, держава.

27.2. Методичні підходи до конструювання аналітичних показників оцінки рівня економічної безпеки підприємства

Суть економічної безпеки реалізується в системі її критеріїв і показників. Критерієм економічної безпеки виступає оцінка економічного стану суб'єкта господарювання. Критеріальна оцінка економічної безпеки базується на оцінках: ресурсного потенціалу суб'єкта і можливостей його розвитку; рівня ефективності використання ресурсів; рівня можливостей суб'єкта протистояти загрозам його економічній безпеці та самостійно ліквідувати їх; конкурентоспроможності суб'єкта; цілісності та масштабів структури суб'єкта; ефективності кадрової політики суб'єкта.

В системі показників економічної безпеки доцільно виділити:

– темпи зростання прибутковості та посилення економічної стабільності в діяльності суб'єкта;

- рівень матеріального і соціального забезпечення його працівників; розмір боргових зобов'язань суб'єкта;
- структуру дебіторської заборгованості;
- обсяги використання тіньового капіталу тощо.

Для економічної безпеки важливе значення мають не стільки самі показники, скільки їх граничні значення, тобто допустимі величини, недотримання яких буде перешкоджати нормальному розвитку діяльності суб'єкта підприємництва, призводити до формування негативних тенденцій в його економічній безпеці. Найвищий ступінь економічної безпеки суб'єкта підприємництва досягається при умові, що весь комплекс показників знаходиться в рамках допустимих меж граничних значень, а граничне значення одного показника досягається не за рахунок іншого.

Аналіз і оцінку економічної безпеки підприємства виконують у такий послідовності:

- виявлення внутрішніх і зовнішніх факторів, що визначають економічну безпеку підприємства (по кожній з функціональних складових), аналіз і оцінка ступеня їх впливу;
- розрахунок узагальнених показників економічної безпеки для кожної з функціональних складових;
- розрахунок інтегрального показника економічної безпеки підприємства, розробка комплексу заходів, спрямованих на підвищення економічної безпеки, і оцінка їх ефективності.

Оцінка рівня економічної безпеки здійснюється порівнянням розрахункових значень показника з реальними величинами, одержаними раніше стосовно підприємства, а також (коли це можливо) щодо аналогічних суб'єктів господарювання відповідних галузей економіки.

Після розрахунку впливу функціональних складових на зміну сукупного критерію економічної безпеки підприємства здійснюють функціональний аналіз заходів з організації необхідного рівня економічної безпеки підприємства за окремими складовими в наступній послідовності:

1. Визначення структури негативних впливів за функціональними складовими економічної безпеки. Розподіл об'єктивних і суб'єктивних негативних впливів.

2. Фіксація вжитих превентивних заходів для запобігання негативним впливам за всіма функціональними складовими економічної безпеки.

3. Оцінка ефективності вжитих заходів з погляду нейтралізації конкретних негативних впливів за кожною складовою економічної безпеки.

4. Визначення причин недостатньої ефективності заходів, ужитих для подолання вже наявних і можливих негативних впливів на економічну безпеку.

5. Виявлення неусунених і очікуваних негативних впливів на рівень економічної безпеки, а також тих, що можуть з'явитися в майбутньому.

6. Опрацювання рекомендацій щодо усунення існуючих негативних впливів на економічну безпеку й запобігання можливій появі нових.

7. Оцінка вартості кожного з запропонованих заходів щодо усунення негативних впливів на рівень економічної безпеки й визначення відповідальних за реалізацію таких заходів.

Оцінка ефективності діяльності відповідних структурних підрозділів підприємства (організації) з використанням даних про витрати для запобігання можливим негативним впливам на економічну безпеку й про розміри відверненої і заподіяної шкоди дає об'єктивну (підкріплену економічними розрахунками) панораму результативності діяльності всіх підрозділів (відділів, цехів) з цього питання.

27.3 Управління економічною безпекою підприємства

Під управлінням економічною безпекою підприємства розуміємо сукупність взаємопов'язаних процесів планування, організації, мотивації і контролю, які забезпечують економічну безпеку підприємства.

Система економічної безпеки підприємства є комплексом організаційно-управлінських, технологічних, технічних, профілактичних і маркетингових заходів, спрямованих на кількісну й якісну реалізацію захисту інтересів підприємства від зовнішніх і внутрішніх загроз. Систему заходів із забезпечення економічної безпеки підприємства необхідно погоджувати з цілями діяльності підприємства і ресурсами, які є на конкретному підприємстві. Місія підприємства, основні цілі і комплекс заходів із забезпечення рівня його економічної безпеки повинні мати вектори однакової направленості.

Тільки на основі виявлення інтересів підприємства й їх гармонізації з суб'єктами зовнішнього середовища, що взаємодіють із останнім, можливе забезпечення економічної безпеки. Така гармонізація розглядається як форма активного захисту інтересів підприємства.

Система управління економічною безпекою підприємства, до складу якої входить сукупність управлінських, економічних, організаційних, правових, контролюючих і мотиваційних способів гармонізації інтересів підприємства з інтересами суб'єктів зовнішнього середовища, з урахуванням особливостей діяльності підприємства забезпечує отримання прибутку, розмір якого достатній для знаходження господарюючого суб'єкта в стані економічної безпеки.

Досягнення мети економічної безпеки буде забезпечуватись виконанням ряду завдань серед яких:

забезпечення ефективної діяльності суб'єкта підприємництва, насамперед у тих напрямках, які формують для нього економічні переваги;

захист суб'єкта підприємництва від негативного впливу кримінальних елементів, корупції та протидія втягуванню його в незаконну фінансову діяльність;

протидія актам недобросовісної конкуренції у взаємовідносинах підприємств, банків з суб'єктами ринку;

формування економічної інфраструктури суб'єктів підприємництва, забезпечення її цілісності, автономності та стійкості, швидкої адаптації до мінливих умов функціонування;

формування надійних та довірливих взаємовідносин суб'єкта підприємництва з його партнерами, контрагентами та клієнтами;

регулювання всіх економічних процесів, що виконуються на підприємстві та запровадження відповідного режиму використання їх ресурсів;

захист об'єктів інтелектуальної власності суб'єкта підприємництва, особливо тих, які забезпечують конкурентні переваги суб'єкта на ринку;

забезпечення (найбільш повне) потреб та інтересів працівників суб'єктів підприємництва, підтримка їх виробничої ініціативи, формування фірмового патріотизму;

моніторинг економічної ситуації у середовищі діяльності суб'єкта підприємства.

Стратегія управління економічною безпекою підприємства в умовах нестабільного існування повинна включати наступні складові:

- діагностика кризових ситуацій;
- поділ об'єктивних і суб'єктивних негативних впливів;
- визначення переліку заходів щодо запобігання загроз економічній безпеці;
- оцінка ефективності запланованих заходів з точки зору нейтралізації негативних впливів;
- оцінка вартості запропонованих заходів щодо усунення загроз економічній безпеці.

До числа основних завдань системи економічної безпеки будь-якої комерційної структури відносяться:

1. Захист законних прав та інтересів підприємства та його співробітників.
2. Збір, аналіз, оцінка даних і прогнозування розвитку обстановки.
3. Вивчення партнерів, клієнтів, конкурентів, кандидатів на роботу в компанії.

4. Своєчасне виявлення можливих прагнень до підприємства та його співробітникам з боку джерел зовнішніх загроз безпеки.

5. Недопущення проникнення на підприємство структур економічної розвідки конкурентів, організованої злочинності та окремих осіб із протиправними намірами.

6. Протидія технічному проникненню в злочинних цілях.

7. Виявлення, попередження і припинення можливої протиправної та іншої негативної діяльності співробітників підприємства на шкоду його безпеки.

8. Захист співробітників підприємства від насильницьких посягань.

9. Забезпечення збереження матеріальних цінностей і відомостей, що становлять комерційну таємницю підприємства.

10. Добування необхідної інформації для вироблення найбільш оптимальних управлінських рішень з питань стратегії і тактики економічної діяльності компанії.

11. Фізична і технічна охорона будівель, споруд, території і транспортних засобів.

12. Формування серед населення та ділових партнерів сприятливої думки про підприємство, що сприяє реалізації планів економічної діяльності та статутних цілей.

13. Відшкодування матеріальної та моральної шкоди, завданої в результаті неправомірних дій організацій і окремих осіб.

14. Контроль за ефективністю функціонування системи безпеки, вдосконалення її елементів.

ПИТАННЯ ДЛЯ РОЗДУМУ ТА ПОВТОРЕННЯ

1. Поняття та сутність економічної безпеки підприємства.
2. Основна мета та цілі управління економічною безпекою.
3. Схема процесу організації економічної безпеки.

4. Класифікація ризиків підприємницької діяльності.
5. Загрози безпеці підприємства.
6. Класифікація ризиків підприємницької діяльності.
7. Основні складові організації економічної безпеки.
8. Завдання та функції служби економічної безпеки підприємства.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Методологія оцінювання рівня економічної безпеки.
2. Схема організації економічної безпеки.
3. Джерела загроз економічної безпеки.
4. Оцінювання досягнутого рівня економічної безпеки.
5. Інтелектуальна і кадрова складова економічної безпеки.
6. Принципи організації служби економічної безпеки.



ТЕСТИ ДЛЯ ЗАКРІПЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

1. Стан всіх ресурсів та підприємницьких здібностей, при якому можливе найефективніше їх використання для стабільного функціонування і динамічного науково-технічного та соціального розвитку, здатність запобігати або швидко нівелювати різні внутрішні та зовнішні загрози – це безпека підприємства:
 - а) економічна;
 - б) екологічна;
 - в) виробнича;
 - г) потенціальна;
2. До основних цілей економічної безпеки підприємства відносять:
 - а) всі відповіді вірні;
 - б) забезпечення високої фінансової ефективності роботи, фінансової стійкості та незалежності підприємства;

- в) забезпечення технологічної незалежності та досягнення високої конкурентоспроможності технічного потенціалу;
 - г) досягнення високого рівня кваліфікації персоналу та його інтелектуального потенціалу,
3. До зовнішніх загроз у сфері підприємницької діяльності належать:
- а) робота спеціальних служб іноземних держав по здобуттю інформації, робота служб безпеки суб'єктів підприємницької діяльності як вітчизняних так і зарубіжних, протиправна діяльність організованих злочинних формувань та окремих осіб з метою заволодіння майном;
 - б) протиправні чи інші негативні дії персоналу, що загрожують функціонуванню та розвитку підприємництва;
 - в) порушення встановленого режиму захисту інформації з обмеженим доступом для сторонніх осіб;
 - г) порушення порядку використання технічних засобів.
4. До внутрішніх загроз у сфері підприємницької діяльності належать:
- а) протиправні чи інші негативні дії персоналу, що загрожують функціонуванню та розвитку підприємництва, порушення встановленого режиму захисту інформації з обмеженим доступом для сторонніх осіб, порушення порядку використання технічних засобів;
 - б) робота спеціальних служб іноземних держав по здобуттю інформації;
 - в) робота служб безпеки суб'єктів підприємницької діяльності як вітчизняних так і зарубіжних,
 - г) протиправна діяльність організованих злочинних формувань та окремих осіб з метою заволодіння майном.
5. Економічний ризик підприємницької діяльності – це ризик:
- а) пов'язаний зі змінами економічних факторів у ході реалізації інвестиційного проекту;
 - б) виникнення різноманітних адміністративно-законодавчих обмежень інвестиційної діяльності, які пов'язані зі зміною інвестиційної політики держави;

- в) страйків, здійснення під тиском робітників незапланованих соціальних програм та інші аналогічні види ризиків;
 - г) виникнення екологічних катастроф і різних стихійних лих.
6. Інтелектуальна й кадрова складова організації економічної безпеки підприємства характеризується:
- а) залежністю від складу кадрів, їхнього інтелекту та професіоналізму;
 - б) процесом охорони техніко-технологічної стратегії підприємства;
 - в) процесом охорони впливу політико-правової ситуації на клімат в колективі;
 - г) процесом створення захисту інформаційних ресурсів.
7. Техніко-технологічна складова організації економічної безпеки підприємства характеризується:
- а) процесом охорони техніко-технологічної стратегії підприємства;
 - б) залежністю від складу кадрів, їхнього інтелекту та професіоналізму;
 - в) процесом охорони впливу політико-правової ситуації на клімат в колективі;
 - г) процесом створення захисту інформаційних ресурсів.
8. Політико-правова складова організації економічної безпеки підприємства характеризується:
- а) процесом охорони впливу політико-правової ситуації на клімат в колективі;
 - б) процесом охорони техніко-технологічної стратегії підприємства;
 - в) залежністю від складу кадрів, їхнього інтелекту та професіоналізму;
 - г) процесом створення захисту інформаційних ресурсів.
9. Інформаційна складова організації економічної безпеки підприємства характеризується процесом:
- а) охорони впливу політико-правової ситуації на клімат в колективі;
 - б) охорони техніко-технологічної стратегії підприємства;

- в) залежністю від складу кадрів, їхнього інтелекту та професіоналізму;
 - г) створення захисту інформаційних ресурсів.
10. Екологічна складова організації економічної безпеки підприємства характеризується процесом:
- а) охорони екологічної безпеки через розробку і ретельне дотримання національних норм вмісту шкідливих речовин;
 - б) охорони техніко-технологічної стратегії підприємства;
 - в) залежністю від складу кадрів, їхнього інтелекту та професіоналізму;
 - г) створення захисту інформаційних ресурсів.
11. Основними функціями служб безпеки на підприємстві є:
- а) всі відповіді вірні;
 - б) внутрішня безпека, моніторинг факторів ризику, режим проходу на об'єкт та охорону його будівель, територій і споруд;
 - в) фізична безпека персоналу; протипожежна безпека; технічна безпека;
 - г) рекламно-пропагандистське забезпечення діяльності суб'єкта підприємництва.

ПРЕДМЕТНИЙ ПОКАЖЧИК

А

авансований капітал, 371
авторське право, 360
акція, 437
амортизація, 386
асортимент, 285
аукціонна торгівля, 33

Б

балансова вартість основних фондів,
380
банкрутство, 634
безцехова виробнича структура, 138
біржове підприємництво, 33
брокер, 32

В

валова продукція, 288
валовий (балансовий) прибуток, 585
валовий оборот підприємства, 289
виробнича діляниця, 138
виробнича діяльність, 88
виробнича інфраструктура, 143
виробнича підприємницька діяльність,
32
виробнича потужність, 291
виробнича програма, 283
виробнича собівартість, 554
виробнича структура підприємства,
137
виробничий процес, 488
витрати виробництва, 541
відрядна форма оплати праці, 335

Г

генеральна тарифна угода, 59
господарський кодекс України, 54

Д

делегування, 131
департаменталізація, 163
державне підприємство, 64

джерела фінансування діяльності
підприємства, 569
диверсифікація, 504
дивізійні структури, 176
дивізійно-регіональна структура, 179
допоміжні цехи, 138
дохід підприємства, 579

Е

еволюційна концепція, 21
економічна безпека, 646
економічна діяльність, 89
економічна ефективність, 603
економічна інфраструктура, 112
економічна конкуренція, 35
економічний інтерес, 33
економічні методи управління, 128
енергетичного господарства, 150
ефект діяльності, 601
ефективність виробництва, 602
ефективність інновації, 464

З

засоби виробництва, 371
звичайна діяльність, 89
змішана виробнича структура, 139
зовнішнє середовище, 96

І

інвестиції, 424
інвестиційна діяльність, 429
інвестиційний портфель, 440
індекс Альтмана, 639
індекс рентабельності інвестицій,
435
індивідуальне підприємство, 68
інновації, 449
інноваційна діяльність, 450, 451
інноваційна діяльність, 88
інноваційна модель підприємництва,
37
інноваційний продукт, 451
інноваційні процеси, 453
іноземне підприємство, 66

інституціональна концепція, 21
інструментальне господарство, 147
інтеграційна концепція, 22
інтелектуальна власність, 349
інформаційні ресурси підприємства, 355
інфраструктура, 142
інфраструктура бізнесу, 39
інфраструктура підприємства, 142
інфраструктура ринку, 112

К

казенне підприємство, 65
калькулювання, 553
капітал, 370
капітальне будівництво, 154
капітальний ремонт, 146
картель, 77
картельна ціна, 79
кваліфікація, 303
класична модель підприємництва, 37
коефіцієнт оборотності, 416
колективне підприємство, 63
колективний договір, 58
командитне товариство, 70
комбінатська виробнича структура, 139
комбінування, 502
комерційна діяльність, 88
комерційна організація, 15
комісіонер, 32
конвенція, 78
конкурентоспроможність, 514
конкуренція, 204
консигнант, 32
консорціум, 80
контроль, 126
концентрація, 499
концепція агентської моделі, 21
концерн, 81
кооператив, 74
кооперування, 501
корпоративне підприємство, 67
корпусна виробнича структура, 138
кошторис витрат, 549
критерій, 606

Л

ланка управління, 167
лізинг, 77, 572
лінійна структура управління, 171
лінійно-функціональна структура, 174
лінійно-штабна структура, 173
ліцензійна угода, 362
логістика, 479
логістична система, 476
логістичні операції, 478

М

макросередовище, 99, 102
мале підприємництво, 43, 46
маркетинг, 114, 222
маркетингова діяльність, 88
маркетингова товарна політика, 236
масове виробництво, 496
матеріаломісткість продукції, 418
матеріальний потік, 477
матеріально-технічне забезпечення, 473
матрична структура, 182
метод, 127
методи організації виробництва, 496
методи планування, 268
механізм мотивації праці, 323
мікросередовище, 99
місія, 16
мотив, 324
мотивація, 125
мотивація праці, 320

Н

надзвичайна діяльність, 89
наукова організація виробництва, 18
наукова організація праці, 18
наукова організація управління, 18
науково-технічний прогрес, 455
незавершене виробництво, 289
некомерційна організація, 15
нематеріальні ресурси, 349, 352
необоротні активи, 372
неокласична концепція, 20
номенклатура, 285

норма амортизації, 387

норматив, 411

нормування, 410

О

об'єднання, 67

*об'єкти права інтелектуальної
власності, 357*

облігація, 438

оборотний капітал, 371, 402

оборотні кошти, 403

оборотні фонди, 373

обслуговуючі цехи, 138

обсяг реалізованої продукції, 289

одиночне виробництво, 493

одноосібні фірми, 69

операційна діяльність, 90

операційний прибуток, 586

оплата праці, 327

оптово-роздрібна фірма, 32

*організаційна структура управління,
167*

організаційні методи управління, 129

організація, 125, 130, 163

організація виробництва, 487

орендне підприємство, 76

основна ціль підприємництва, 17

основний капітал, 371

основні засоби, 373

основні фонди, 373

основні цехи, 138

офісорні компанії, 84

оцінка основних фондів, 378

ощадний сертифікат, 439

П

патент, 360

патентна грамота, 360

персонал підприємства, 301

підприємець, 30

підприємництво, 28, 29, 30

підприємницька концепція, 21

підприємство, 15

післяпродажний сервіс, 89

планування, 125, 267

побічні цехи, 138

повне товариство, 70

повноваження, 132

погодинна форма оплати плати, 337

поділ праці, 121

*показники відтворення основних
фондів, 394*

*показники ефективності
використання основних фондів, 391*

політика оплати праці, 331

попит, 194

портфельне інвестування, 440

*посередницька підприємницька
діяльність, 32*

поточне планування, 270

поточний ремонт, 146

праця, 300

предметна виробничаструктура, 139

прибуток, 583

*прибуток від звичайної діяльності,
586*

приватне підприємство, 63

принцип свободи підприємництва, 213

*принцип соціального партнерства,
213*

принципи ціноутворення, 246

продуктивність праці, 312

проектна структура управління, 181

пропозиція, 194

просте товариство, 69

професія, 303

Р

рентабельність, 592

реорганізація, 621

реструктуризація, 621

ризик, 647

ринкова система, 109

ринок, 106, 107, 192, 193

рівень управління, 167

робоча сила, 301

С

санація, 630

серійне виробництво, 495

сертифікація, 525

сіндикат, 80

система економічної безпеки, 656

система мотивації праці, 323

система технічного обслуговування виробництва, 144
систему, 120
складське господарство, 152
собівартість продукції, 547
соціальна діяльність, 89
соціальна ефективність, 603
соціальна інфраструктура, 143
соціально-психологічні, 128
спеціалізація, 499
спеціальність, 303
спільне підприємство, 65, 66
стандарт, 524
стандартизація, 522
статут підприємства, 55
стратегічне планування, 271, 273
стратегія маркетингу, 225
структура оборотних коштів, 406
структура підприємства, 137
структурування ринку, 196
суспільний поділ праці, 33
сучасна ринкова економіка, 114
схема сертифікації, 528

Т

тактика маркетингу, 226
тарифна сітка, 334
тарифна ставка, 334
тарифна угода, 331
технологічна виробнича структура, 139
тип виробництва, 493
типи ринків, 209
товар, 239
товариство, 69
товариство з обмеженою відповідальністю, 71
товарна продукція, 287
транспортне господарство, 149
трансформація, 621
трест, 79

трудоий колектив, 304
трудоий потенціал, 302
трудоі ресурси, 301

У

унітарне підприємство, 67
управління, 122
управління економічною безпекою, 656

Ф

фінансова діяльність, 567
фінансовий план, 574
фінансові інвестиції, 436
фінансово-промислові групи, 86
фондовідача, 391
фондомісткість, 392
фондоозброєність праці, 392
функції управління, 124
функціональна структура управління, 172

Х

холдинг, 83

Ц

цехова виробнича структури, 137
ціна, 108, 241
цінні папери, 437
цінова еластичність попиту, 220
цінова політика, 259
цінова стратегія, 258

Ч

чиста приведена вартість, 435
чиста продукція, 290
чистий прибуток, 587

Ш

штатний розпис, 304

Я

якість продукції, 509



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Конституція України: [Текст]: офіц. текст: [прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. із змінами, внесеними Законом України від 8 грудня 2004 р.: станом на 1 січ. 2006 р.]. – К.: Мін-во Юстиції України, 2006. – 124 с. – ISBN 966-7630-14-5.
2. Господарський кодекс України [Текст]: офіц. текст: за станом на 20 січ. 2007 р. – Х.: Одіссей, 2007. – 240с. – ISBN 966-633-516-6.
3. Про акціонерні товариства [Текст]: Закон України від 17 вер. 2008 р. №514-VI // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2008, N 50-51, ст. 384.
4. Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців [Текст]: Закон України від 15 трав. 2003 р. №755-IV // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 2003, N 31-32, ст. 263.
5. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні [Текст]: Закон України від 22 березня 2012 р. № 4618-VI // Голос України. – 2012 – 18 квітня, N 70.
6. Андрійчук В.Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз [Текст]: монографія. / В.Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2005. – 292с.
7. Антикризове управління економічною безпекою в умовах викликів фінансово-економічної глобалізації (державний і регіональний виміри) / М. А. Хвесик, А. В. Степаненко, О. М. Ральчук, Й. М. Дорош; НАН України, Рада по вивч. продукт. сил України. — Донецьк: Юго-Восток, 2010. — 323 с.
8. Безпека сталого розвитку України: побудова в умовах глобальних викликів / [Ананьїн В. О. та ін.]; за ред. В. О.

Ананьїна|Ін-т спец. зв'язку та захисту інформації Нац. техн. ун-ту України "КПІ". – К. : ІСЗЗІ НТУУ "КПІ", 2009. – 271 с.

9. Бойчик І.М. Економіка підприємства: навч. посіб. /І.М. Бойчик. – К.: Атіка, 2004. – 480с.

10. Васильченко В.С. Управління трудовим потенціалом : навч. посіб./ [Васильченко В.С., Гриненко А.М., Грішнова О.А., Керб Л.П.] — К.: КНЕУ, 2005. — 403 с.

11. Гетьман О.О. Економіка підприємства: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. / О.О.Гетьман, В.М. Шаповал – К.: Центр навч. літ., 2006 – 488с.

12. Гончаров В.М. Організація управління економічним потенціалом промислових підприємств [Текст]: монографія. / В.М. Гончаров. – Донецьк: СПД Купріянов В.С., 2008. – 202 с.

13. Гончаров В.Н. Предпринимательская деятельность в Украине [Текст]: монографія. / В.М. Гончаров. – Луганск, изд-во ЛДПУ, 2000. – 184 с.

14. Гончаров В.Н. Рыночные модели оплаты труда [Текст]: монография. / В.Н. Гончаров. – Харьков: Основа, 2000, – 247 с.

15. Господарський кодекс України: прийнятий 16 січня 2003 р.-К.:Істина, 2003.

16. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства: Навчальний посібник. / В. І. Гринчуцький, Е. Т. Карапетян, Б. В. Погріщук– К.: Центр учбової літератури, 2010. – 304 с.

17. Економіка підприємства: навчальний посібник / П.В. Круш, Б.М. Сердюк [та ін.]; [за загал. ред. П.В. Круша]. –К.: Ельга-Н, КНТ, 2007. – 780с.

18. Економіка підприємства: підручник / Й.М. Петрович, А.Ф. Кіт, В.В. Кулішов [та ін.], [за заг. ред. Й.М. Петровича]. – Львів: «Магнолія плюс» – 2004.-680с.

19. Економіка підприємства: підручник / М.Г. Гришак, В.М. Колот, А.П.Наливайко [та ін.], [за заг. ред. С.Ф. Покропивного]. – [2 – е вид., доп.]– К.: КНЕУ, 2001.-528 с.

20. Загородній А.Г. Інвестиційний словник: Навч. посібник. / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк, Г.О. Партин – Львів: Видавництво «Бескид Біт», 2005. – 512 с.

21. Іванілов О.С. Економіка підприємства: підручник / О.С. Іванілов – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 728с.

22. Кельдер Т.Л. Економіка праці / Кельдер Т.Л. – Запоріжжя: ЗДУ. – 2001. – 326 с.

23. Ким М.Н. Трудовой потенциал: формирование, использование, управление: учеб. пособие / Харьковский национальный ун-т им. В.Н.Каразина. — Х. : ХНУ им. В.Н.Каразина, 2003. — 248с. : рис., табл.

24. Лукашевич В.М. Економіка праці та соціально-трудові відносини: навч. посібник. / В.М. Лукашевич – Львів: Новий світ, 2004. – 248с.

25. Макаровська Т. П. Економіка підприємства: навч. посіб. / Т. П. Макаровська, Н. М Бондар. — К.: МАУП, 2003. — 304 с.

26. Мельник Л.Г. Економіка підприємства: конспект лекцій. навч. посіб. / Л.Г. Мельник, О.І. Корінцева: – Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. – 412с.

27. Минцберг Г., Альстренд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегического менеджмента. – С.Пб.: Питер, 2000. – 336 с.

28. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку [Текст]: монографія. / А.П. Наливайко. – К.: КНЕУ, 2001. – 227 с.

29. Осовська Г.В. Управління трудовими ресурсами: навчальний посібник / Осовська Г.В., Крушельницька О.В. – К.: Кондор, 2003. – 224 с.

30. Податковий комплекс України. – К.: Верес, 2011. – 336с.

31. Про господарські товариства: Закон України від 19 вересня 1991 р., зі змін. і доп. // Посібник по реформуванню сільськогосподарських та переробних підприємств [2 – е вид., доп.] —К.: ІАЕ УААН, 2000. — С. 204—249.

32. Про інвестиції: Закон України // Голос України. – 1992.-21 листопада. – №226.

33. Про підприємства в Україні: Закон України від 27 березня 1991 р., із змін. і доп.

34. Рубин Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции : учебник [Текст] / Ю. Б. Рубин. – [6-е изд., перераб. и доп.]. – М.: Маркет ДС, 2007. – 608 с.

35. Соціально-трудоий потенціал: теорія і практика. У 2-х ч. / М. Долішній, С. Злупко, С. Бандур та ін. [відпов. редактори М. Долішній, С. Злупко]. – К.: Наукова думка. – 1994. – Ч.1

36. Стратегія інноваційного розвитку України в умовах глобалізаційних викликів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : – <http://www.in.gov.ua>

37. Фатхутдинов Р., Стратегический мереджмент [Текст] / Р. Фатхутдинов. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1999. – 416 с.

38. Федулова Л.І. Інноваційна економіка: підручник / Л.І. Федулова. – К.: Либідь, 2006. – 477с.

39. Фінансово-економічні механізми інноваційно-інвестиційного розвитку України [Текст]: Колективна наукова монографія / Кириченко О.А., Єрохін С.А. та ін.; [під наук. ред. д.е.н. проф. О.А. Кириченко]. – К.: Національна академія управління, 2008. – 252 с.

40. Хисамутдинов И.А. Основы экономики и теории рынка [Электронный ресурс] – Режим доступа <http://uchebnik-besplatno.com/teoriya-ekonomicheskaya/osnovyi-ekonomiki-teorii.html>

41. Черевко Г.В. Економіка підприємств: навч. посіб./ Г.В. Черевко, Ф.В. Горбонос, Г.Б. Іваницька / [за заг. ред Г.В. Черевка]. – Львів: Апріорі, 2004. – 384с.

42. Шваб Л.І. Економіка підприємства: навч. посіб./ Л.І. Шваб – К.: Каравела, 2004. – 568с.

43. Ядранський Д. М. Трудовий потенціал в системі ринкових перетворень: монографія / Ядранський Д. М., Мішковець Л. В. — Д. : Моноліт, 2007. — 196с.

Навчальне видання

**БОЛТЯНСЬКА Лариса Олексіївна
АНДРЕЄВА Лариса Олександрівна
ЛИСАК Оксана Іванівна**

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМТВА

Навчальний посібник

Підписано до друку 29.11 2013 р. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Ум.-друк. арк. 12.
Тираж 300.

Мелітопольська типографія «Люкс»
ПП Верескун В.М. св. ДК № 1125
72312, м. Мелітополь, вул. К. Маркса, 10
Тел. 8 (06192) 6-88-38

Надруковано з готового оригінал-макету
у Мелітопольській типографії «Люкс»