МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

В.В. ЛОЙКО, Т.П. МАКАРОВСЬКА

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

Рекомендовано
Київським національним університетом технологій та дизайну
як навчальний посібник для студентів
напряму підготовки
6.030504 «Економіка підприємства»

Київ КНУТД 2015

УДК 658 (075.8)
ББК 65.29я73
Л 72

Рекомендовано
Київським національним університетом технологій та дизайну
як навчальний посібник для студентів напряму підготовки
6.030504 «Економіка підприємства»

Рецензенти:

В. Г. Федоренко, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Інституту підготовки кадрів державної служби зайнятості, Заслужений діяч науки і техніки;

О.Ю. Рудченко, доктор економічних наук, професор, завідувач відділу реформування відносин власності НДЕІ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України

Лойко В.В., Макаровська Т.П. Економіка підприємства: [навч. посібн.] / В.В. Лойко, Т.П. Макаровська – К.: КНУТД, 2015. – 267 с.

ISBN

У навчальному посібнику розкриваються теоретичні основи, принципи, методи та інструменти, що використовуються в процесі функціонування промислового підприємства. Вивчення матеріалу посібника сприятиме формуванню у студентів сучасного економічного мислення та системи теоретико-методологічних знань і практичних навичок у сфері економіки підприємства. У кожній темі розглядаються теоретичні питання, практичні приклади вирішення задач, надаються завдання для самостійної роботи, тестові та практичні завдання, контрольні питання. Така структура навчального посібника дасть змогу користувачам не лише опанувати теоретичні основи навчальної дисципліни, а й набути практичних навичок, необхідних для економічного обґрунтування господарських рішень на рівні підприємства, визначення шляхів, методів і засобів ефективного використання ресурсів для досягнення цілей підприємства.

Навчальний посібник буде корисний як для студентів напряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства», так і для студентів інших економічних напрямів підготовки вищих навчальних закладів, а також викладачам, аспірантам, науковцям, керівникам, фахівцям планово-економічних відділів промислових підприємств, підприємцям.

УДК 658 (075.8)
ББК 65.29я73
Л 72

ISBN

© В.В. Лойко, Т.П. Макаровська, 2015
© Видавництво КНУТД, 2015

ЗМІСТ

ВСТУП…….. 4

Змістовий модуль 1. Підприємство в системі господарювання

1. Теорії та моделі підприємств……5
2. Основи підприємництва……12
3. Види підприємств, їх організаційно-правові форми……..21
4. Зовнішнє середовище господарювання підприємств……28
5. Структура і управління підприємством……...36
6. Ринок і продукція……...46
7. Товарна, збутова, комунікаційна політика……..54
8. Прогнозування і планування діяльності підприємств……62

Змістовий модуль 2. Ресурси підприємства

9. Обґрунтування виробничої програми підприємства……..71
10. Персонал підприємства, продуктивність і оплата праці……..76
11. Інтелектуальний капітал……..88
12. Основний капітал……97
13. Оборотний капітал……...110
14. Інвестиції……...123

Змістовий модуль 3. Організація діяльності підприємства

15. Інноваційна діяльність……133
16. Техніко-технологічна база та виробнича потужність підприємства……..141
17. Матеріально-технічне забезпечення і виробнича логістика……153
18. Організація операційної діяльності……160
19. Система забезпечення конкурентоспроможності продукції……169

Змістовий модуль 4. Результати і ефективність виробництва

20. Витрати підприємства і ціни на його продукцію……..181
21. Фінансово-економічні результати суб’єктів господарювання…….200
22. Оцінювання ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності……...209
23. Інтегральна ефективність діяльності підприємства та його конкурентоспроможність……216
24. Сучасні моделі розвитку підприємств……227
25. Трансформація і реструктуризація підприємств……234
26. Бізнес-моделі підприємства……..244
27. Економічна безпека підприємства……...253

ЛІТЕРАТУРА……...265

ВСТУП

В сучасних умовах господарювання підприємствам надані значні права та можливості щодо формування та реалізації власних бізнес-інтересів. Підприємства самостійно обирають вид діяльності, формують відповідний ресурсний, виробничий та трудовий потенціали, впроваджують заходи щодо забезпечення ефективного господарювання. Ця ситуація потребує відповідних економічних знань від фахівців підприємств. Тому навчальний посібник розглядає актуальні питання господарювання підприємств в сучасних умовах з урахуванням останніх нормативно-правових законодавчих актів, сучасного стану економіки країни та особливостей процесу інтеграції України до ЄС.

В навчальному посібнику «Економіка підприємства» розглянуто теоретичні, методологічні та практичні питання господарської діяльності підприємств з урахуванням особливостей галузі легкої промисловості у відповідності з програмою курсу.

Навчальний посібник враховує особливості організації навчального процесу за кредитно-модульною системою. Весь матеріал посібника поділено на змістовні модулі. Кожен змістовний модуль в свою чергу підрозділяється на теми. Навчальний посібник складається з 27 тем. Кожна тема навчального посібника крім теоретичного викладення матеріалу має необхідні схеми та рисунки, вирішені практичні завдання, тести та питання для самоперевірки. Наприкінці навчального посібника наведено список рекомендованої літератури. Така структура побудови навчального посібника дає змогу студентам самостійно опановувати окремі теми навчальної дисципліни «Економіка підприємства» та враховує вимоги кредитно-модульної системи навчального процесу до збільшення годин самостійної роботи студентів. Теми навчального посібника враховують чинну на даний час законодавчу базу.

Навчальний посібник розрахований на студентів напряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства» вищих навчальних закладів, слухачів інститутів післядипломної освіти і курсів підвищення кваліфікації. Може бути корисним аспірантам та викладачам ВНЗ, фахівцям підприємств та приватним підприємцям.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ПІДПРИЄМСТВО В СИСТЕМІ ГОСПОДАРЮВАННЯ

1. ТЕОРІЇ ТА МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВ

1. Підприємство як економічний суб'єкт.
2. Ознаки та функції підприємства.
3. Діяльність підприємства в ринкових умовах.
4. Теорії підприємств.
5. Моделі підприємств.

1. Підприємство як економічний суб'єкт.

Сучасне підприємство – це складна відкрита виробничо-господарська і соціальна система, яка:

- складається із взаємозалежних частин (виробництв, цехів, дільниць, служб тощо), діяльність яких впливає на кінцевий результат виробництва;
- взаємодіє із зовнішнім середовищем, з якого в систему надходять необхідні для виробничої діяльності ресурси виробництва та в якому реалізуються і використовуються результати виробництва – продукція, роботи, послуги;
- здійснює діяльність, спрямовану на задоволення потреб суспільства;
- має властивості, притаманні складним відкритим цілеспрямованим системам: здійснює певні процеси протягом життєвого циклу продукції; реагує на зміну зовнішнього середовища і самостійно забезпечує свій розвиток (володіє можливістю самоорганізації).

Для підприємства характерним є:

- *виробничо-технічна єдність* (спільність продукції, що виготовляється, процесів її виробництва, певний склад виробничих фондів, єдина технічна політика, спільність допоміжного й обслуговуючого господарств);
- *організаційно-соціальна єдність* (наявність єдиного трудового колективу, керівника та адміністрації підприємства, наділення підприємства правами й 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).

Будь-яке підприємство визначає напрями своєї діяльності відповідно до встановлених цілей:

- забезпечення споживачів продукцією підприємства згідно з укладеними господарськими договорами;
- матеріальне стимулювання персоналу підприємства, створення належних умов праці й можливостей фахового зростання працівників;
- створення нових робочих місць;
- охорона довкілля;

- ритмічна робота підприємства та виробництво продукції високої якості;
- отримання доходу і прибутку.

Досліджувати економіку підприємства – означає вивчати науку про ефективність виробничої діяльності, шляхи та методи досягнення підприємством найкращих результатів за умови найменших витрат.

2. Ознаки та функції підприємства.

Ознаки підприємства:

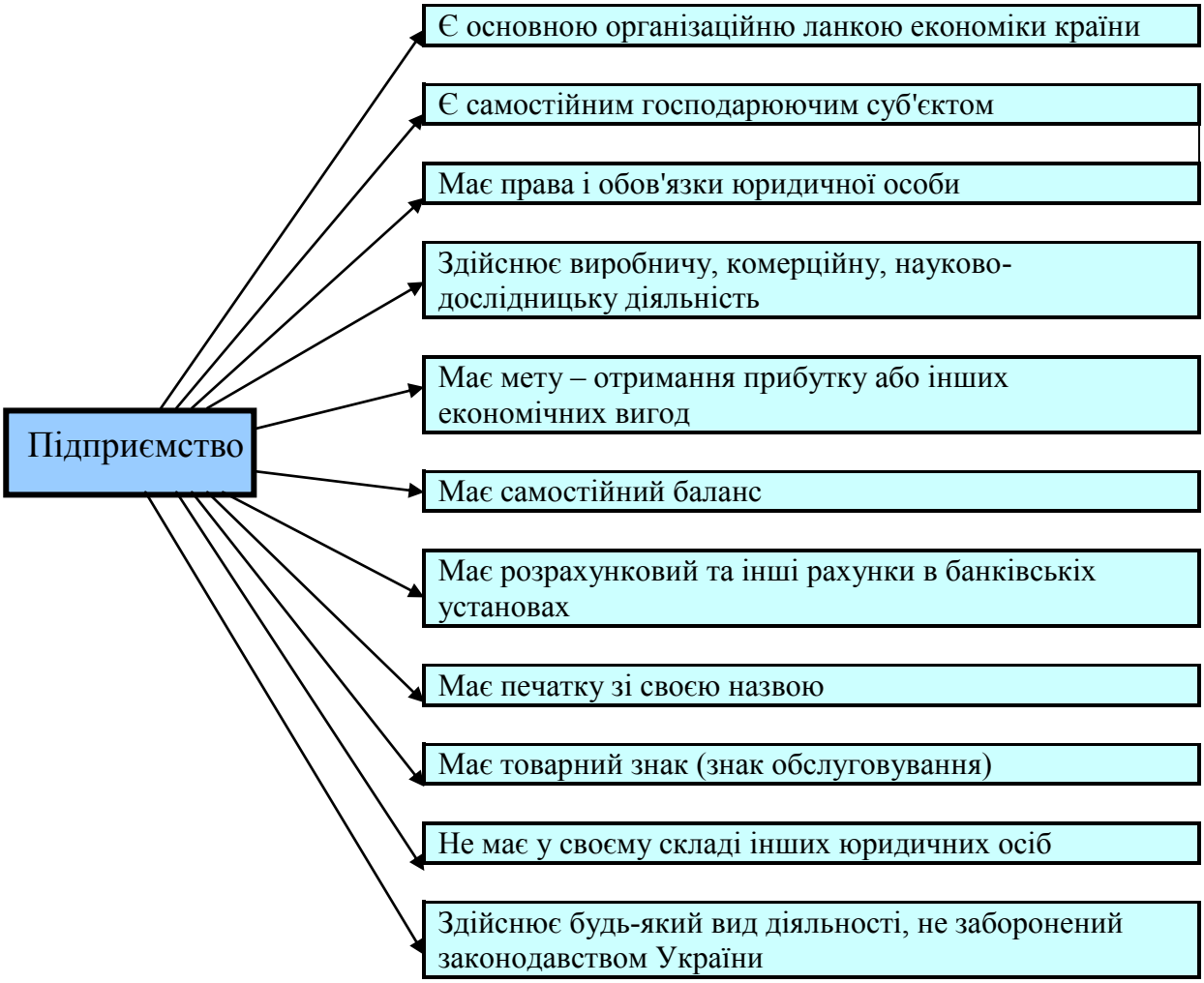


Рис. 1.1. Ознаки підприємства.

Функції підприємства:

- *економічна* – задоволення потреб споживачів у товарах або послугах;
- *комерційна* – продаж своєї продукції, встановлення ціни, знаходження клієнтів, приймання замовлень тощо;
- *виробнича* – необхідність виготовлення продукції після отримання замовлень на неї;
- *фінансова* – залучення коштів, необхідних для придбання засобів виробництва і праці, виготовлення й реалізації продукції;
- *адміністративна* – забезпечення раціонального використання усіх засобів виробництва, координації дій персоналу, належне управління працівниками та контроль за результатами їх праці.

3. Діяльність підприємства в ринкових умовах.

В ринкових умовах підприємство самостійно здійснює свою діяльність, розпоряджається виробленою продукцією, отриманим прибутком, що залишається у його розпорядженні після сплати податків та інших обов'язкових платежів. Для здійснення своєї діяльності підприємство формує майно, яке може належати йому або на правах власності, або повного господарського володіння. ***Джерелами майна*** підприємства є:

- грошові й матеріальні внески засновників підприємства;
- доходи від реалізації продукції (робіт, послуг);
- цінні папери і доходи від них;
- капітальні вкладення і дотації з бюджету;
- благодійні внески організацій, громадян;
- інші джерела, які не заборонені законодавством.

Основні вимоги, які висуваються ринком, – це працювати так, щоб результатом діяльності був не тільки випуск продукції, а й отримання прибутку. Отже на зміну вимозі випуску якомога більшої кількості продукції приходить нова вимога – не тільки виробити продукцію, але й реалізувати її. На зміну існувавшим раніше обмеженням з боку керуючих органів приходить самостійність підприємств з багатьох питань його діяльності, але, як плата за цю самостійність, виникає можливість їх банкрутства.

Будь-яке підприємство незалежно від організаційно-правової форми власності, виду діяльності, вироблюваної продукції є відкритою економічною системою. Вивчаючи курс "Економіка підприємства" дослідження торкаються:

1) *самого підприємства*, основним завданням якого є перетворення ресурсів;
2) *ресурсів на вході* – трудових, матеріальних, фінансових, інтелектуальних;
3) *ресурсів на виході* (перетворені ресурси) – готова продукція, відходи виробництва, прибуток, грошові кошти;
4) *соціального середовища*, з яким взаємодіє підприємство – держава, муніципальні органи, законодавство;
5) *природного середовища* (екології) – споживання природних ресурсів, корисних копалин, повітря, води;
6) *взаємозв'язку із ринком*, маркетингу (цей блок досліджують як на вході ресурсів, так і на виході);
7) *співвідношення ресурсів* на вході з ресурсами на виході, яке є змістом економічної роботи підприємства.

Реальна робота підприємства призводить до одного з таких варіантів розвитку:

- перевищення доходної частини над витратною – рентабельна робота;
- перевищення витратної частини над доходною – збиткова робота;
- рівність доходної та витратної частин – самоокупність.

4. Теорії підприємства.

В економічній теорії існує кілька теорій підприємства, які описують його виникнення, діяльність і ліквідацію. Серед них можна виокремити чотири основні: неокласичну, інституціональну, еволюційну, підприємницьку. Кожна з них акцентує увагу на тих чи інших особливостях підприємства як об'єкта дослідження.

У **неокласичній** теорії підприємство розглядається як цілісний об'єкт, що здійснює перетворення економічних ресурсів у продукцію на основі власного або залученого капіталу. Дана теорія зосереджує увагу на залежності результатів діяльності від спожитих факторів виробництва (робочої сили, землі, капіталу, підприємництва), їх розміру та співвідношення. Підприємство має адекватно реагувати на зміну ситуації на ринку – зміна цін, попиту, пропозиції конкурентів, а також факторів виробництва. Урахування цих чинників дозволяє формувати власну товарну, цінову і збутову політику. Вибір об'ємів і структури залучених ресурсів, а також ціни на вироблювану продукцію має бути таким, щоб прибуток підприємства був максимальним. Вважається, що як підприємство не прагне до максимізації прибутка, то рано чи пізно воно зазнає поразки і буде виключене з числа учасників ринка за допомогою механізма ринкової конкуренції. Неокласична модель підприємства як носій основної (виробничої) функції на сьогодні є загальновизнаною, базовою у світовій економічній науці.

В **інституціональній** теорії підприємство розглядається як організація, яка створюється людьми для ефективного використання своїх можливостей. Основна увага приділяється дослідженню взаємозв'язків і різних форм існування ділових організацій, меж їх зростання, можливих варіантів вирішення проблем мотивації праці, організації, планування і контролю. Для стійкого функціонування на ринку підприємство має створювати умови відносної мінімізації внутрішньофірмових і зовнішніх комунікаційних витрат, поліпшувати пошук зовнішніх контрагентів. Разом із тим, надмірна мінімізація таких витрат може призвести до зростання виробничих витрат і втрати доходів, наприклад, через низьку якість складання і реалізації угод між підприємством і його контрагентами. Дана теорія зосереджує увагу на оптимізації розміру фірми з урахуванням факторів керованості, мотивації персонала тощо.

В **еволюційній** теорії підприємство розглядається як один із об'єктів системи, яку можна порівняти з біологічною популяцією. Поведінка підприємства обумовлена еволюційними реакціями на вплив ділового, адміністративного й технологічного середовища. В процесі функціонування підприємства та його взаємодії з іншими суб'єктами господарювання формуються відповідні традиції та виробляються процедури прийняття рішень, певні правила реагування на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища. Характерним для еволюційної теорії є системне уявлення про підприємство як подвійний об'єкт: з одного боку, підприємство є членом ділової спільноти ("популяції") і повною мірою перебуває під впливом її еволюції, з іншого боку

– йому притаманні власні традиції у визначенні напрямів діяльності, обсягів і пропорцій щодо залучення ресурсів.

Підприємницька теорія підприємства спирається на дослідження у сфері реалізації підприємницьких здібностей та інноваційних ініціатив на основі доступних для підприємця економічних ресурсів. Теорія формується на основі вивчення взаємодії підприємців усіх рівнів. Особливого значення набувають внутрішньокорпоративні механізми використання підприємницьких здібностей усіх працівників. Отже, за підприємницькою теорією необхідною умовою ефективної роботи підприємства у вільній ринковій економіці є наявність цілеспрямованої мотивації праці його персонала – від робітників до менеджерів. Важливою є й проблема зближення інтересів керівника підприємства і трудового колектива.

5. Моделі підприємств.

Метою діяльності будь-якого підприємства є створення товарів (послуг) для задоволення потреб у них суспільства і реалізації потреби людини у праці. Для цього потрібно раціонально використовувати такі фактори виробництва як предмети праці, засоби праці, землю, працю, інформацію, інтелектуальні ресурси. Отже в ринкових умовах підприємство мусить вирішувати низку завдань, які групуються за певними напрямами. Відповідно до них розглядають і моделі.

1. ***Організаційна модель*** – зосереджує увагу на виробничій кооперації і науково-технічній співпраці підрозділів підприємства відповідно до технологічного ланцюга виготовлення кінцевого продукту; забезпеченні збалансованості їх діяльності на різних стадіях життєвого циклу продукції; досягненні узгодженості інтересів держави і власників підприємств при використанні землі та природних ресурсів; створенні на підприємствах внутрішнього ринку робочої сили, що має забезпечити вирішення проблем професійної перепідготовки та зайнятості.

2. ***Виробничо-технічна модель*** – зосереджує увагу на техніко-технологічному комплексі підприємства, системі його робочих машин і механізмів, які мають відповідати усім сучасним вимогам (ощадливому використанню енергоносіїв, технологічній безвідходності виробництва, екологічності, високому рівню наукомісткості); створенню нових механізмів інвестування для розширення та науково-технічного розвитку виробництва.

3. ***Інформаційна модель*** – описує підприємство як складну динамічну систему, яка характеризується великим обсягом, інтенсивністю та різноспрямованістю інформаційних потоків, зв'язків між її окремими елементами, а також зовнішнім середовищем. Інформаційна модель охоплює планову, звітну, нормативно-технічну документацію, а також різноманітну інформацію, що характеризує стан і рух компонентів підприємства під впливом зовнішніх чинників.

4. ***Екологічна модель*** – описує підприємство як виробничо-екологічну систему, яка взаємодіє із зовнішнім середовищем шляхом матеріально-енергетичного обміну.

5. ***Соціальна модель*** – описує підприємство як соціальну підсистему суспільства, завдяки чому здійснюється взаємодія та узгодження суспільних, колективних і особистих інтересів власників, адміністрації, персонала.

6. ***Інноваційна модель*** – зосереждує увагу на використанні переважно інноваційних рішень (актуальних досягнень науки й техніки) у таких аспектах бізнеса як організаційно-управлінський, техніко-технологічний, соціально-економічний. Вітчизняний і світовий досвід свідчать, що сучасна орієнтація товаровиробників на активізацію та стимулювання освоєння досягнень науково-технічного прогресу дозволяє швидше і з меншими витратами рухатися вперед у своєму розвитку.

Контрольні питання

1. Що означає для підприємства термін "виробничо-технічна єдність"?
2. В чому полягає комерційна функція підприємства?
3. Які ознаки підприємства як юридичної особи?
4. Які законодавчі акти регулюють діяльність підприємств в Україні?
5. Які джерела утворення майна підприємства?
6. Охарактеризувати підприємство як відкриту економічну систему.
7. В чому суть неокласичної моделі підприємства?
8. Як характеризують діяльність підприємства в разі перевищення його доходів над витратами?
9. Яка сутність класичної та інноваційної моделей підприємництва?
10. Які фактори виробництва використовує підприємство у своїй діяльності?

Тести

1. Яка з наведених умов не є обов'язковою попри виробничо-технічну єдність підприємства?

а) спільність продукції, що виготовляється;
б) територіальна єдність;
в) єдина технічна політика;
г) спільність допоміжного й обслуговуючого господарств.

2. Зазначити помилкове твердження:

а) підприємство – це самостійний господарюючий суб'єкт;
б) підприємство має права і обов'язки юридичної особи;
в) підприємство може мати у своєму складі іншу юридичну особу;
г) підприємство має самостійний баланс.

3. До завдань підприємства в умовах ринку не відносять:

а) задоволення потреб ринку і отримання прибутку;
б) випуск якомога більшої кількості продукції;
в) ефективне використання внутрішніх ресурсів;
г) підвищення продуктивності праці.

4. Продаж своєї продукції, встановлення ціни, знаходження клієнтів, приймання замовлень – це суть ... функції підприємства.

а) економічної;
б) комерційної;
в) технічної;

г) адміністративної.

5. До джерел утворення майна підприємства не відносять:

а) грошові та матеріальні внески засновників;

б) цінні папери і доходи від них;

в) відрахування до страхових фондів;

г) капітальні вкладення і дотації з бюджету.

6. Забезпечення раціонального використання усіх засобів виробництва, координації дій працівників, належне управління персоналом та контроль за результатами праці – це суть ... функції підприємства.

а) економічної;

б) комерційної

в) технічної

г) адміністративної

7. Теорія, яка розглядає підприємство як організацію, яка створюється людьми для ефективного використання їх можливостей, називається:

а) неокласичною;

б) інституціональною;

в) еволюційною;

г) підприємницькою.

8. Модель підприємства, яка зосереджує увагу на досягненні узгодженості інтересів держави і власників підприємств при використанні землі та природних ресурсів, називається:

а) організаційною;

б) виробничо-технічною;

в) інноваційною;

г) інформаційною.

9. Модель, яка описує підприємство як підсистему суспільства, завдяки чому здійснюється взаємодія та узгодження суспільних, колективних і особистих інтересів власників, адміністрації, персонала, називається:

а) організаційною

б) виробничо-технічною

в) інноваційною

г) соціальною.

10. Модель, яка описує підприємство як виробничо-екологічну систему, яка взаємодіє із зовнішнім середовищем шляхом матеріально-енергетичного обміну, називається:

а) організаційною;

б) екологічною;

в) інноваційною;

г) соціальною.

2. ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

1. Підприємництво як сучасна форма господарювання.
2. Принципи, складові та функції підприємництва.
3. Форми та види підприємництва.
4. Договірні взаємовідносини та партнерські зв'язки в підприємницькій діяльності.
5. Міжнародне підприємництво.
6. Моделі підприємницької діяльності.

1. Підприємництво як сучасна форма господарювання. Складові підприємництва.

В Господарському кодексі України прописане наступне визначення поняття підприємництва: «Підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку» [1].

Підприємець – це суб'єкт, який поєднує в собі новаторські, комерційні та організаторські здібності для пошуку і розвитку нових видів, методів виробництва, нових благ та їх нових якостей, нових сфер застосування капіталу. А звідси підприємництво – це тип господарської поведінки підприємців з організації розробок, виробництва і реалізації благ з метою отримання прибутку та соціального ефекту.

Разом із тим підприємництво – це не будь-яка господарська діяльність, а особливий вид діяльності, і ця особливість характеризується такими суттєвими ознаками:

1) самостійна діяльність, діяльність "за свій рахунок", тобто основою підприємницької діяльності є власність підприємця;

2) ініціативна творча діяльність, в основі здійснення якої лежить власна ініціатива, творчо-пошуковий, інноваційний підхід.

3) систематична діяльність, пов'язана з відтворювальним процесом і обов'язково офіційно зареєстрована.

Суб'єктами підприємницької діяльності (підприємцями) в Україні можуть бути:

- громадяни України, інших держав, особи без громадянства, не обмежені законом у правоздатності або дієздатності;
- юридичні особи всіх форм власності, відповідно до Господарського кодексу України;
- об'єднання юридичних осіб, що займаються в Україні діяльністю на умовах угоди про розподіл продукції.

2. Принципи, складові та функції підприємництва

Підприємництво здійснюється на основі таких *принципів*:

- вільного вибору підприємцем видів підприємницької діяльності;
- самостійного формування підприємцем програми діяльності, вибору постачальників і споживачів продукції, встановлення цін на

продукцію (послуги);

- вільного найму підприємцем працівників;
- комерційного розрахунку та власного комерційного ризику;
- вільного розпорядження прибутком, що залишається у підприємця після сплати податків, зборів та інших платежів, передбачених законом;
- самостійне здійснення підприємцем зовнішньоекономічної діяльності.

Підприємництво є активним елементом бізнесу, воно неможливе без свободи господарської діяльності, яка включає три основні складові – економічну самостійність, економічну й правову рівноправність та економічну відповідальність. Розглянемо *основні складові* підприємництва.

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

Економічна й правова рівноправність – однакові економічні умови для будь-якої господарської діяльності, незалежно від форми власності й моделі господарювання. Під однаковими економічними умовами розуміють єдині засади ціноутворення, оподаткування, інвестиційної й кредитної політики тощо, а для суб'єктів малого підприємництва – й державна підтримка їх розвитку.

Економічна відповідальність – відповідальність за результати господарювання: продукцію та послуги, які надходять на ринок, і чистий прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства.

Сутність підприємництва більш глибоко розкривається через його основні *функції* – інноваційну (творчу), ресурсну, організаційну, стимулюючу (мотиваційну).

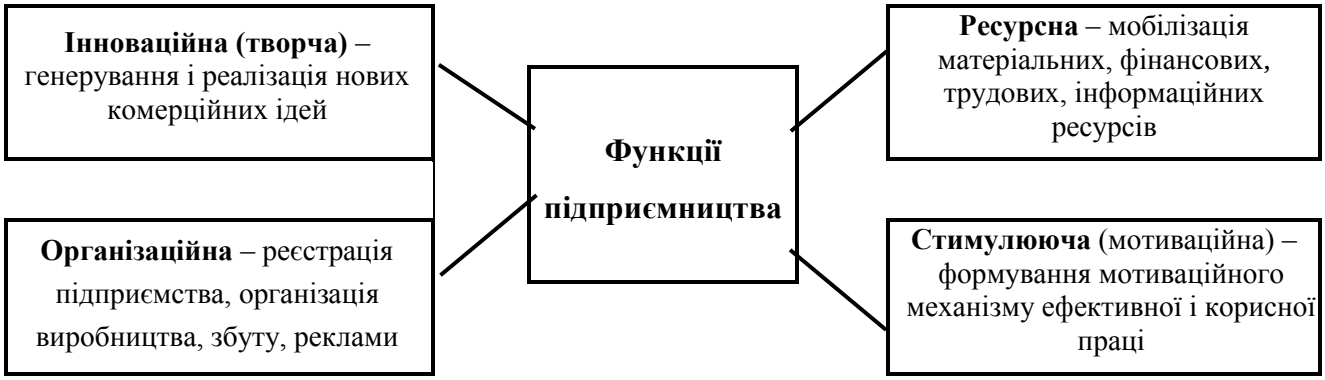


Рис. 2.1. Функції підприємництва.

3. Форми та види підприємництва.

Підприємницька діяльність здійснюється в певних формах і видах.

Основними формами підприємництва є ***приватне, колективне*** і ***державне***. Використання тієї або іншої форми підприємництва залежить від того, діє підприємець самостійно чи в кооперації з іншими підприємцями, використовує для бізнесу лише своє майно чи залучає майно інших осіб, використовує лише особисту працю чи залучає найманих працівників.

В залежності від змісту підприємницької діяльності та її зв'язку з основними стадіями процесу відтворення розрізняють такі види підприємництва: виробниче, комерційне, фінансове, консультативне тощо.

Виробниче підприємництво – це будь-яка матеріальна, інтелектуальна, творча діяльність, яка пов'язана з виробництвом продукції, товарів, наданням послуг, створенням певних духовних цінностей. Виробниче підприємництво відноситься до числа найбільш суспільно необхідних і одночасно найскладніших видів бізнесу. Воно не приносить прибутку так швидко, як інші види бізнесу, його прибутковість в Україні, зазвичай, складає лише 10-12 %. У зв'язку з цим воно не є дуже привабливим для вітчизняних підприємців. Головна функція виробничого підприємництва – організація виробництва товарів (будівельних робіт, транспортних перевезень, послуг зв'язку тощо).

Комерційне підприємництво характеризується діяльністю, яка пов'язана з операціями та угодами з купівлі-продажу товарів і послуг. В цьому бізнесі підприємець виступає в ролі торговця, посередника, який купує товари для подальшого перепродажу. Товар закуповується, зазвичай, за оптовими цінами, а продається – за більш високими, договірними. За рахунок різниці між оптовою та роздрібною ціною комерційний підприємець покриває витрати, пов'язані з реалізацією товару і створює собі прибуток. Комерційне підприємництво отримало найбільший розвиток в Україні в перші роки переходу до ринку. Воно стало стрімко розвиватися, в основному як приватне, індивідуальне підприємництво. Даний вид діяльності приваблює доволі швидкою віддачею і відносно високою прибутковістю, яка досягає 20-30%, а іноді й більше.

Фінансове підприємництво – це особливий вид комерційної діяльності, який пов'язаний з купівлею-продажем національної та іноземної валют і цінних паперів. Підприємець купує дані фінансові ресурси у їх власників, а потім з вигодою для себе перепродає покупцям. Різниця між цінами купівлі-продажу грошових ресурсів складає прибуток фінансового підприємця.

Консультативне підприємництво останнім часом набуває все більшого розвитку. У зарубіжній практиці комерційна, детальна консультація з питань управління отримала назву *консалтинг*. Так, менеджмент-консалтинг полягає в наданні незалежних порад, допомоги з питань управління, включаючи визначення проблем і можливостей, рекомендацію відповідних заходів та допомогу в їх реалізації. Методи консультування можуть бути різними, наприклад, експертне, процесне, навчальне консультування.

4. Договірні взаємовідносини та партнерські зв'язки в підприємницькій діяльності.

Договір (контракт, угода) – це домовленість двох або більше сторін, спрямована на встановлення, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків. Укладанню договора передує оферта.

Оферта – це пропозиція певній стороні укласти договір (угоду) з урахуванням викладених умов. Вона може мати письмову або усну форму.

Основою договірних відносин є свобода в укладенні договору, виборі контрагентів та визначенні умов договору. Класифікація підприємницьких договорів за сферами діяльності зазначена в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Класифікація підприємницьких договорів за сферами діяльності

(складено авторами)

Сфера діяльності	***Договори***
Купівля-продаж, оренда і лізинг	Договір купівлі-продажу продукції підприємства
	Договір на поставку товарів через посередника
	Договір про аукціони й продаж товарів
	Договір про виготовлення продукції із сировини й матеріалів замовника
	Договір продажу майна іншим юридичним особам
	Державний контракт (державне замовлення)
	Договір оренди майна
	Лізингова угода
Підрядні послуги	Договір про консалтинг (інформаційне обслуговування)
	Договір про надання юридичних послуг
	Договір про надання аудиторських послуг
	Договір про надання брокерських послуг
	Договір про рекламні послуги
	Договір на виконання науково-дослідних робіт
Трудові відносини	Тарифна угода
	Колективний договір
	Контракт (договір) про наймання працівника
Страхування	Договір особистого страхування від нещасних випадків
	Договір страхування майна підприємств і громадян
	Договір обов'язкового (добровільного) медичного страхування
Розрахунки і кредитування	Договір на розрахункове і касове обслуговування
	Договір позики під заставу майна
	Договір поручительства
	Кредитний договір
Зовнішньоекономічна діяльність	Агентський договір
	Договір на декларування товарів для митного контролю
	Договір на транспортно-експедиційне обслуговування зовнішньоторговельних вантажів
	Договір консигнації
	Договір на закупівлю товару (імпорт)
	Договір поставки товару (експорт)
	Ліцензійний договір
Інші договори	Договір-доручення
	Договір комісії
	Договір про спільну діяльність

Договір є обов'язковим для виконання сторонами. У разі істотної зміни обставин, якими керувалися сторони при укладанні договору, договір може бути змінений або розірваний за згодою сторін, якщо інше не встановлено договором або не випливає із суті зобов'язання.

Якщо сторони не досягли згоди в питанні зміни або розірвання договору, це може бути зроблено за рішенням суду.

Після підписання договору між суб'єктами підприємницької діяльності виникають партнерські відносини. В залежності від змісту договору партнерські відносини можуть виникнути в сфері виробництва, торгівлі, товарообміну, фінансів.

Партнерські відносини у сфері виробництва :

Виробнича кооперація – здійснення замкнутого виробничого циклу готового до споживання продукту; кожний з партнерів виконує свою частку робіт у відповідності до укладеної угоди.

Лізинг – особливий вид оренди, орендних відносин, коли об'єктом оренди стає устаткування. Його перевага у тому, що при організації виробництва, його переозброєнні немає необхідності у значних інвестиціях.

Франчайзинг – поширена в усьому світі форма ділового співробітництва, яка полягає у тому, що головна компанія укладає договір з дрібним самостійним підприємством про надання йому виключного права на випуск певних товарів та їх збут, а також надання торгових послуг під торговою маркою головної компанії на певному ринку.

Проектне фінансування – партнерство, при якому один із партнерів фінансує підприємницький проект, а інший його реалізує. Одержаний кредит повертається за рахунок виготовленої після реалізації бізнес-проекту продукції.

Ліцензування – угода про передачу права на можливість користування виробничою технологією, товарним знаком, патентом від ліцензіара (власника певних прав) до ліцензіата (той, кому передаються певні права) в обмін на ліцензійний платіж.

Концесія – договірна форма взаємовідносин підприємця з державним або муніципальним органом влади про оренду господарських об'єктів, які знаходяться у монопольній власності держави або муніципалітету. Об'єктом такого договору можуть бути поклади корисних копалин, інші природні багатства (лісові масиви, озера), а також заводи, фабрики, шосейні шляхи. Предмет договору – експлуатація об'єкта, про який ідеться в договорі.

Управління за контрактом – передача одним підприємцем іншому "ноу-хау" управлінського характеру; фактичний експорт управлінських послуг.

Підрядне виробництво – здійснення цільового виробництва одним з партнерів за прямою вказівкою іншого.

Спільне підприємництво – функціонування організаційного утворення, статутний капітал якого формується за рахунок пайових внесків партнерів-засновників.

Партнерські відносини у сфері товарообміну:

Бартерні операції – обмін між партнерами в натуральній формі згідно з попередньо узгодженою номенклатурою товарів.

Зустрічна поставка – різновид бартеру. Наприклад, партнерами визначено, який товар і на яких умовах має бути поставлений одній стороні, однак який зустрічний товар має бути поставлений іншій стороні – не вирішено. Рішення про це узгоджуватиметься сторонами пізніше і оформлятиметься спеціальним додатком до цього бартерного договору, в якому визначатиметься конкретний вид зустрічного товару і умови його поставки.

Комерційна тріангуляція – бартерна операція, до якої залучається більше двох партнерів.

Партнерські відносини у сфері господарських взаємовідносин:

Звичайна угода – це загально визначена універсальна угода про купівлю-продаж, за якої партнерські взаємини оформлюються у вигляді договору поставки певного товару чи послуги.

Форвардні угоди – документально оформлені договірні взаємовідносини, що потребують термінової практичної реалізації.

Угоди про передачу інформації у вигляді "ноу-хау" – реалізується обов'язково за певну матеріальну нагороду, умови і розміри якої визначаються цією угодою.

Угоди про встановлення прямих зв'язків – партнерські зв'язкі суб'єктів господарювання, що базуються на безпосередній співпраці в конкретній сфері діяльності.

Угоди про експорт – договірні відносини, спрямовані на поставку продукції конкретним споживачам в інші країни. Угода про експорт – купівля певного товару за кордоном з метою наступної його поставки у треті країни.

Угода про імпорт – договір про завезення товару з іншої країни.

Партнерські відносини у фінансовій сфері :

Факторинг – фінансова комісійна операція, при якій клієнт переуступає дебіторську заборгованість факторинговій компанії з метою:

- миттєвого отриманні більшої частини платежу;
- гарантії повного погашення заборгованості;
- зниження витрат по веденню розрахунків.

Комерційний трансферт – застосовується в системі міжбанківських зв'язків і міждержавних відносин; означає взаємне придбання партнерами капіталу в національній валюті у визначених розмірах за договірною ціною з наступним її зарахуванням на рахунок покупця в національному банку країни-продавця.

5. Міжнародне підприємництво

Міжнародне підприємництво – це сукупність угод, які укладають та виконують через національні кордони і які пов'язані з переміщенням ресурсів, товарів та послуг у міжнародному масштабі.

Умовами появи та розширення міжнародного підприємництва є:

- розвиток у країнах транснаціональних корпорацій;

- поглиблення міжнародного поділу праці;
- створення світового ринку товарів;
- розвиток міжнародного кредитування.

Привабливість міжнародного підприємництва для вітчизняних суб'єктів господарювання обумовлена:

- пільговим режимом інвестування у деяких країнах;
- підвищенням престижу компанії за рахунок набуття статусу міжнародної;
- збільшенням обсягів продажу та отриманням додаткових прибутків;
- можливістю знизити витрати за рахунок доступу до дешевої робочої сили і сировини;
- продовженням життєвого циклу товару за допомогою виходу на закордонні ринки;
- обмеженням антимонопольним законодавством зростання компаній у власній країні;
- використанням досвіду, ділових зв'язків і кооперації партнерів;
- об'єднанням фінансових зусиль з метою здійснення наукових досліджень та впровадження їх результатів у виробництво.

Міжнародне підприємництво набуває таких форм:

- зовнішньоторговельні відносини;
- науково-технічне співробітництво;
- торгівля ліцензіями, ноу-хау;
- створення спільних підприємств.

6. Моделі підприємницької діяльності

Найчастіше виокремлюють дві моделі підприємництва: класичну й інноваційну.

Особливість ***класичної моделі*** підприємництва в тому, що вона орієнтується на максимізацію віддачі від наявних ресурсів. Економічна зацікавленість в одержанні прибутку є основним мотивом такого підприємництва. Схема дій за цією моделлю така:

1) оцінка наявних ресурсів;
2) вивчення можливостей досягнення мети;
3) використання тієї можливості, яка забезпечує максимальну віддачу від наявних ресурсів.

Інноваційна модель підприємництва передбачає використання насамперед нових управлінських рішень для підприємницької діяльності, особливо коли бракує власних ресурсів. Схема дій за цією моделлю підприємницької діяльності є такою:

1) формулювання основної мети;
2) вивчення зовнішнього середовища з метою пошуку альтернативних можливостей;
3) порівняльна оцінка власних ресурсів і здійснення можливостей;
4) пошук зовнішніх додаткових джерел ресурсів;

5) аналіз можливостей конкурентів;
6) реалізація завдань згідно з вибраною концепцією.

Контрольні питання

1. Які основні ознаки підприємницької діяльності?
2. Перелічити принципи підприємницької діяльності.
3. Дати характеристику основним функціям підприємництва.
4. Що означає термін «оферта»?
5. Охарактеризувати підприємницькі договори за сферами діяльності.
6. Як встановлюються договірні взаємовідносини в бізнесі?
7. Які основні види підприємницької діяльності існують в Україні?
8. Які існують партнерські відносини у сфері виробництва? у фінансовій сфері?
9. Які риси міжнародного підприємництва є привабливими для вітчизняних суб'єктів господарювання?
10. Охарактеризувати обидві моделі підприємництва.

Тести

1. Вибрати найбільш повне визначення. Підприємництво – це ...
   а) господарська діяльність, що здійснюється підприємцями з метою досягнення власних прибутків;
   б) самостійно, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку;
   в) самостійна, господарська діяльність, що здійснюється її суб'єктами з метою досягнення результатів і прибутків.

2. Модель підприємництва, яка передбачає активне використання досягнень науки і техніки, пошук шляхів оновлення діяльності, називається:
   а) класичною;
   б) інноваційною;
   в) традиційною;
   г) інвестиційною.

3. Класична модель підприємництва орієнтована на:
   а) активне використання нових управлінських рішень для постійного зростання економічної та соціальної ефективності підприємства;
   б) оновлення економічної системи держави;
   в) пошук зовнішніх додаткових джерел ресурсів;
   г) максимально ефективне використання наявних ресурсів.

4. До якої сфери підприємницької діяльності можна віднести договір про надання брокерських послуг?
   а) підрядні послуги;

б) розрахунки і кредитування;
в) трудові відносини;
г) купівля-продаж, оренда і лізинг.

5. Суб'єктами якої діяльності є інвестиційні компанії?
а) виробничої;
б) комерційної;
в) фінансової;
г) консультативної.

6. Форвардна угода – це різновид партнерських відносин у сфері ...
а) виробництва
б) фінансів
в) товарообміну
г) господарських взаємовідносин.

7. Партнерські відносини в сфері виробництва передбачають:
а) укладення угоди про експорт
б) виробничу кооперацію
в) організацію бартерних операцій
г) комерційний трансферт.

8. Різновидами договорів у сфері трудових відносин є:
а) договір позики під заставу майна
б) тарифна угода
в) договір на поставку товарів через посередника
г) договір про спільну діяльність.

9. Угоди про встановлення прямих зв'язків – це партнерські відносини у сфері:
а) виробництва
б) товарообміну
в) господарських взаємовідносин
г) фінансів.

10. Партнерські відносини в сфері товарообміну, які передбачають участь у бартерній операції більше двох партнерів, називаються ...
а) комерційною тріангуляцією
б) комерційним трансфертом
в) підрядним виробництвом
г) спільним підприємництвом.

3. ВИДИ ПІДПРИЄМСТВ, ЇХ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ

1. Господарська діяльність та ознаки її здійснення.
2. Підприємство як суб'єкт господарювання.
3. Класифікація підприємств.
4. Об'єднання підприємств.

1. Господарська діяльність та ознаки її здійснення

Господарська діяльність – це будь-яка діяльність, в тому числі й підприємницька, пов'язана з виробництвом та обміном матеріальних і нематеріальних благ, що виступають у формі товару.

За Господарським Кодексом України, який був прийнятий 16 січня 2003 року і набрав чинності 1 січня 2004 року, під господарською діяльністю слід розуміти діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямовану на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність.

У цьому визначенні можна виділити кілька ознак господарської діяльності. Насамперед саме слово "діяльність" означає систематичні дії членів суспільства, їх об'єднань, спрямовані та досягнення певного результату. Змістом цих дій є виготовлення та реалізація продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, а метою – задоволення суспільних потреб у відповідних благах, які повинні мати цінову визначеність, тобто функціонувати як товар.

Особливістю господарської діяльності є також її суб'єкти – не будь-які особи, а лише ті з них, які визнаються ***суб'єктами господарювання***. Діяльність таких суб'єктів здійснюється не тільки у їх власних інтересах (зазвичай з метою отримання прибутку від реалізації вироблених благ), а й в інтересах суспільства (для задоволення певних суспільних потреб у продукції, роботах, послугах).

Ознаками господарської діяльності є:

- *сфера здійснення* – суспільне виробництво;
- *зміст* – виробництво та реалізація продукції, виконання робіт, надання послуг відбувається не для власних потреб виробника, а для задоволення потреб інших осіб – споживачів у широкому розумінні (громадян як кінцевих споживачів, суб'єктів господарювання та різноманітних організацій, що використовують зазначені блага для задоволення своїх господарських чи інших потреб);
- *передача зазначених благ іншим особам на платній основі*, тобто їх функціонування у формі товару;
- *професійні засади здійснення* такої діяльності;
- *спеціальний суб'єкт*, який повинен мати статус суб'єкта господарювання (набуття цього статусу завершується, як правило, державною реєстрацією в загальному та/або спеціальному порядку);
- *поєднання приватних інтересів виробника* (в одержанні прибутку чи інших вигод від господарської діяльності) *та публічних інтересів* (суспільства в

особі широкого кола споживачів – в отриманні певних благ; держави – в отриманні податків та інших обов'язкових платежів від суб'єктів господарювання; територіальної громади:

– у забезпеченні зайнятості членів громади шляхом їх залучення на засадах індивідуального підприємництва чи трудового найму суб'єктами господарювання до господарської діяльності;

– у задоволенні потреб громади в певних роботах, послугах, продукції;

– в участі суб'єктів господарювання у вирішенні завдань територіальної громади в благоустрої;

– у сплаті місцевих податків та зборів тощо).

2. Підприємство як суб'єкт господарювання

Підприємство є основним системоутворюючим елементом багатьох життєво важливих сфер держави, зокрема: економічної – базис утворення вартості; бюджетної – джерело наповнення; територіальної – містоутворювач; наукової та освітньої – рушій розвитку, споживач та джерело знань; соціальної – місце реалізації людських можливостей та забезпечення засобами існування.

До підприємств відносять комерційні організації перш за все виробничого і торговельно-посередницького профілю, які мають на меті одержання прибутку. Основні засади їх господарювання визначає Господарський Кодекс України. Він регулює господарські відносини, що виникають в процесі організації та здійснення господарської діяльності між суб′єктами господарювання та іншими учасниками відносин у сфері господарювання. Згідно з Господарським Кодексом України

«**Підприємство** – самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентними органами державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому цим Кодексом та іншими законами» [1].

Установчими документами суб'єкта господарювання є рішення про його утворення або засновницький договір, а у деяких випадках статут суб'єкта господарювання.

У засновницькому договорі засновники зобов'язуються утворити суб'єкт господарювання, визначають порядок спільної діяльності щодо його утворення, умови передачі йому свого майна, порядок розподілу прибутків і збитків, управління діяльністю суб'єкта господарювання та участі в ньому засновників, порядок вибуття та входження нових засновників, інші умови діяльності суб'єкта господарювання, які передбачені законом, а також порядок його реорганізації та ліквідації. Суб'єкт господарювання (підприємство) підлягає державній реєстрації.

Підприємство вважається створеним і набуває прав юридичної особи з дня його державної реєстрації. Державна реєстрація підприємства здійснюється відповідно до положень Господарського Кодексу України. Певними видами

діяльності підприємство може займатися тільки на підставі спеціального дозволу (ліцензії). Як юридична особа підприємство має самостійний баланс, рахунки в установах банків, печатку зі своїм найменуванням. У його власності, господарському обігу або оперативному управлінні знаходиться виокремлене майно. Перебуваючи в статусі юридичної особи, підприємство відповідає цим майном за усіма своїми зобов'язаннями, виступає у ролі позивача або відповідача у суді.

3. Класифікація підприємств

Підприємства можуть бути класифіковані за такими ознаками (табл. 3.1)

Таблиця 3.1

Класифікація підприємств за різними класифікаційними ознаками.

Класифікаційна ознака	***Види підприємств***
Форма власності	Державні, приватні, колективні, комунальні
Частка іноземної інвестиції у статутному капіталі	Підприємство з іноземними інвестиціями, іноземне підприємство, національне підприємство
Спосіб утворення та формування статутного капіталу	Унітарні, корпоративні
Вид діяльності	Промислові, сільськогосподарські, будівельні, транспортні, торгівельні, банківські, страхові
Річний обсяг валового доходу і середньорічна чисельність персоналу	Малі, середні, великі
Територіальне підпорядкування	Головні, дочірні, філії
Структура виробництва	Вузькопрофільні, широкопрофільні, комбіновані

Державними є підприємства, які засновані на загальнодержавній власності. Сюди відносять також казенні підприємства (які не підлягають приватизації). Державне підприємство як майновий комплекс є об'єктом права державної власності. Підприємству як суб'єкту права це майно належить на праві повного господарського відання. Дане право вужче, ніж право власності. Обсяг його залежить від цільового призначення відповідного майна. Державне підприємство володіє, користується і розпоряджається цим майном, вчиняючи при цьому щодо нього будь-які дії, які не суперечать закону та цілям діяльності підприємства, тобто його статуту. Оскільки державне підприємство є суб'єктом права повного господарського володіння 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, визначення цілей і предмета діяльності (статути затверджують і контролюють уповноважені органи), управління майном, розподілу прибутку тощо.

Приватні підприємства – це організаційно-правова форма підприємств, заснованих на приватній власності однієї або кількох фізичних осіб. Згідно з чинним законодавством України власник підприємства у даному випадку є водночас і підприємцем, тобто власність і управління майном у приватному підприємстві не розмежовуються. Відповідно до суб'єктів права приватної власності, визначених Законом «Про власність», можна назвати три види приватних підприємств:

– індивідуальне приватне підприємство, засноване на приватній власності й праці однієї фізичної особи (підприємство однієї особи);

– сімейне приватне підприємство, засноване на приватній власності та праці громадян, що проживають спільно як члени однієї сім'ї (наприклад, фермерське господарство);

– приватне підприємство з правом найму робочої сили засноване на приватній власності окремого громадянина України, який використовує найману працю.

Колективні підприємства – це господарські товариства, які створюються на підставі угоди юридичних або фізичних осіб про об'єднання їх капіталу, майна та підприємницької діяльності. Видів колективних підприємств є стільки ж, скільки суб'єктів права колективної власності названо в Законі України "Про власність": колективні підприємства, приватизовані трудовим колективом державного підприємства і не перетворені в інший вид; колективні сільськогосподарські підприємства; акціонерні або інші статутні господарські товариства; виробничі кооперативи; підприємства громадської організації (наприклад, профспілкові); підприємства релігійної організації; підприємства, створені господарськими об'єднаннями.

Комунальні підприємства засновані на власності громади, яка проживає на певній території.

Підприємство *з іноземними інвестиціями* – це таке, у статутному капіталі якого іноземна інвестиція становить не менш як десять відсотків.

Підприємство, у статутному капіталі якого іноземна інвестиція становить сто відсотків, вважається *іноземним* підприємством.

Підприємство, у статутному капіталі якого немає іноземних інвестицій, називається національним.

Унітарне підприємство створюється одним засновником, який виділяє необхідне для того майно, формує відповідно до закону статутний капітал, 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. Унітарними є підприємства державні, комунальні, підприємства, засновані на власності об'єднання громадян, релігійної організації або 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, їх спільного управління справами, на основі корпоративних прав, у тому числі через органи, що ними створюються, участі засновників у розподілі доходів та ризиків підприємства. Корпоративними є кооперативні підприємства, підприємства, що створюються у формі господарського товариства, а також інші підприємства, в тому числі засновані на приватній власності двох або більше осіб.

Залежно від виду діяльності, яким займаються підприємства, вони поділяються на *промислові, сільськогосподарські, будівельні, транспортні, торговельні, банківські, страхові, лізингові* тощо.

З січня 2012 р. затверджені такі критерії віднесення підприємств (суб'єктів господарювання) до малих, великих або середніх.

Таблиця 3.2

Критерії віднесення підприємств (суб'єктів господарювання) до малих, великих або середніх

Категорія підприємства	***Середньооблікова чисельність персоналу за звітний рік, осіб***	***Обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за цей період***
Мале	≤ 50	≤ 10 млн євро
Середнє	51 ÷ 250	від 10 млн євро до 50 млн євро
Велике	> 250	> 50 млн євро

Залежно від місця розташування та територіального підпорядкування підприємства поділяються на *головні, дочірні, філії*.

Вузькопрофільні підприємства виготовляють продукцію обмеженої номенклатури.

Широкопрофільні підприємства випускають продукцію широкого асортименту й різноманітного призначення.

Комбіновані підприємства – це такі, на яких відбувається багатостадійна переробка сировини або іншого матеріалу. Вони розповсюджені у металургійній, хімічній, харчовій, текстильній, деревообробній промисловості.

4. Об'єднання підприємств.

Асоціація – господарське об'єднання, створене з метою постійної координації господарської діяльності підприємств, що об'єдналися, шляхом централізації однієї або кількох виробничих та управлінських функцій, розвитку спеціалізації і кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об'єднання учасниками фінансових та матеріальних ресурсів для задоволення переважно господарських потреб учасників асоціації. Асоціація не має права втручатися у господарську діяльність підприємств-учасників асоціації. За рішенням учасників асоціація може бути уповноважена представляти їх інтереси у відносинах з органами влади, іншими підприємствами та організаціями.

Корпорація – договірне об'єднання, створене на основі поєднання виробничих, наукових і комерційних інтересів підприємств, що об'єдналися, з делегуванням ними окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників органам управління корпорації. Діяльність корпорації базується на використанні акціонерного капіталу, тобто капіталу вкладників, за який вони придбали цінні парери – акції цього підприємства.

Консорціум – тимчасове статутне об'єднання промислового та банківського капіталу для досягнення спільної господарської мети (реалізації масштабних капіталомістких програм, науково-технічних, будівельних

проектів, спільного розміщення позики тощо). У разі досягнення мети його створення консорціум припиняє свою діяльність. 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. У середині консорціуму ролі розподіляються так, щоб кожен учасник працював в тій сфері діяльності, де він досяг найвищого технічного рівня при найменших витратах виробництва. У міжнародній торгівлі, наприклад, консорціуми створюються для сумісної боротьби за отримання замовлень.

Концерн – статутне об'єднання підприємств, а також інших організацій (наукових установ, транспорту, банків, торгівлі тощо) на основі їх повної фінансової залежності від одного або групи підприємців, з централізацією функцій науково-технічного і виробничого розвитку, інвестиційної, фінансової, зовнішньоекономічної та іншої діяльності. Учасники концерну делегують йому основну частину своїх повноважень, у тому числі право представляти їх інтереси у відносинах з органами влади, іншими підприємствами та організаціями. Підприємства, які входять до складу цієї структури зберігають права юридичної особи лише у частині своїх зобов'язань.

Холдинг – це суб'єкт господарювання, що являє собою сукупність материнської та контрольованих нею дочірніх фірм. Материнська компанія, що стоїть на чолі всієї структури холдингу, називається холдинговою компанією і володіє контрольними пакетами акцій дочірніх фірм. За типом інтеграції холдингові структури бувають вертикально інтегрованими (ланцюжок підприємств, об'єднаних єдиною метою діяльності) і горизонтально інтегрованими (з метою диверсифікації виробництва і ефективного розподілу інвестицій).

Кожна з наведених форм об′єднань має певні переваги і недоліки й може утворюватися або зникати залежно від конкретних умов внутрішнього та зовнішнього середовища.

Контрольні питання

1. Що розуміють під господарською діяльністю суб'єктів господарювання?
2. Перелічити особливості господарської діяльності.
3. Які ознаки господарської діяльності?
4. Які принципи господарювання закріплені в Господарському Кодексі України?
5. Охарактеризувати підприємство як основний системоутворюючий елемент життєво важливих сфер держави.
6. Що характеризує підприємство як юридичну особу?
7. Як називається дозвіл на право підприємства займатися певним видом діяльності?
8. В чому відмінність діяльності комерційних і некомерційних підприємств?
9. Як називаються підприємства, у статутному фонді яких є іноземні та вітчизняні інвестиції?

10. Які основні форми об'єднання підприємств існують в Україні?

Тести

1. Підприємство вважається створеним і набуває прав юридичної особи з моменту ...

а) рішення зборів власників майна або трудового колективу;
б) створення самостійного балансу;
в) погодження статуту підприємства з Антимонопольним комітетом України;
г) державної реєстрації.

2. За формою власності підприємства поділяються на ...

а) національні, спільні, іноземні;
б) комерційні, некомерційні;
в) великі, середні, малі;
г) державні, приватні, комунальні.

3. Суб'єкт господарювання, що являє собою сукупність материнської та контрольованих нею дочірніх фірм, називається ...

а) холдингом;
б) концерном;
в) корпорацією;
г) консорціумом.

4. Зазначити помилкове твердження:

а) за формою власності майна підприємства поділяються на приватні, колективні, державні, комунальні;
б) за метою і характером діяльності підприємства відносять до комерційних, некомерційних;
в) за структурою виробництва підприємства поділяються на комбіновані, багатопрофільні, вузькопрофільні;
г) за чисельністю працюючих підприємства однозначно відносяться до великих, середніх, малих.

5. Яке об'єднання підприємств носить тимчасовий характер?

а) асоціація;
б) консорціум;
в) холдинг;
г) концерн.

6. Не є обов′язковою ознакою підприємства як юридичної особи:

а) розрахунковий рахунок в банківській установі;
б) колективний договір;
в) статут;
г) самостійний баланс.

7. Підприємства, які входять до складу цього об'єднання, зберігають статус юридичної особи лише у частині своїх зобов'язань, втрачаючи фінансову самостійність. Йдеться про ...

а) концерн;
б) корпорація;
в) холдинг;
г) консорціум.

8. За територіальним підпорядкуванням підприємства поділяються на ...
а) унітарні, корпоративні;
б) головні, дочірні;
в) іноземні, з іноземними інвестиціями;
г) державні, комунальні, приватні, колективні.

9. Якщо річний обсяг реалізованої продукції підприємства «А»становить 8960 тис.грн., а середня чисельність персоналу 240 осіб, то підприємство відноситься до:
а) великих;
б) середніх;
в) малих.

10. Підприємства, які випускають продукцію широкого асортименту та різноманітного призначення, називаються:
а) великими;
б) корпоративними;
в) комбінованими;
г) широкопрофильними.

4. ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ГОСПОДАРЮВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

1. Поняття зовнішнього середовища господарювання підприємства.
2. Мікро- і макросередовище діяльності підприємства.
3. Ринок та ринкова інфраструктура.

1. Поняття зовнішнішнього середовища господарювання підприємства.

В умовах ринку кожне підприємство є незалежним товаровиробником. Воно може самостійно приймати будь-які рішення у межах чинного законодавства, водночас у своїй діяльності зазнає впливу з боку зовнішнього середовища, є відповідальним за свої дії перед державою, діловими партнерами, кінцевим споживачем своєї продукції. Підприємство є відкритою системою, яка взаємодіє з зовнішнім середовищем і багато в чому залежить від нього, адже воно створює економічні умови, глобальний (світовий) ринок, характеристиками якого є політичні чинники, технологічний уклад сучасних виробництв (сукупність технологій, які характерні для певного рівня їх розвитку), суспільні традиції. Взаємозв'язок підприємства з зовнішнім середовищем полягає у співпраці з зацікавленими особами, з будь-якою групою, на яку впливає політика підприємства, починаючи від урядових

агенцій, конкурентних організацій до постачальників, покупців та інших клієнтів.

Таким чином, під **зовнішнім середовищем** розуміють сукупність усіх зовнішніх чинників, які впливають на діяльність підприємства.

Характер економічного середовища, в якому функціонує підприємство, суттєво впливає на формування стратегій розвитку підприємства та його завдань. Конкурентне динамічне середовище вимагає швидкої адаптації до умов, що постійно змінюються, гнучкості, адекватності та швидкості в процесі прийняття управлінських рішень. Неспроможність своєчасно адаптуватися до змін, що відбуваються в зовнішньому середовищі, часто є головною проблемою для вітчизняних підприємств. Стрімкі зміни часто зумовлені глобалізацією бізнесу. Стабільне ж середовище потребує від підприємства вирішення інших завдань.

Визначальними чинниками зовнішнього середовища, які впливають на ефективність господарювання підприємства, є тип продуктового ринку, на якому реалізується продукція (послуга) підприємства. Монопольні, конкурентні ринки змушують підприємство визначати різні цілі діяльності і, відповідно, різні стратегії поведінки.

2. Мікро- і макросередовище діяльності підприємства.

Зовнішнє середовище підприємства являє собою сукупність господарських суб'єктів, економічних, суспільних і природних умов, національних та міждержавних взаємин і чинників, що діють у глобальному оточенні. Тому зовнішнє середовище будь-якого підприємства можна визначити як сукупність впливів двох сфер: макро- та мікросередовища.

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

- економічне;
- політико-правове;
- соціально-культурне;
- природно-географічне;
- технологічне;
- екологічне;
- демографічне.

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

- постачальників;
- посередників;
- споживачів;
- конкурентів;
- громадські групи;

- державні органи.

Основними чинниками зовнішнього середовища можна вважати глобальні, економічні, політико-правові, природно-географічні, технологічні та соціально-культурні. На рисунку нижче зазначені основні чинники зовнішнього середовища, що являють собою середовище прямого впливу (мікросередовище), а далі від підприємства – середовище непрямої дії (макросередовище).

4.1. Схематичне зображення макро- та мікросередовищ підприємства.

До *глобальних* чинників відносять:

- міжнародне науково-технічне співробітництво;
- налагодження ділових зв'язків з іноземними партнерами.

До *економічних* чинників відносять:

- тип економічного середовища (ринкова, планова економіка);
- стадію циклу розвитку економіки країни (зростаюча, статична, стагнуюча);
- ступінь державного регулювання економіки;
- рівень інфляції;
- митні тарифи;
- систему оподаткування;
- ставку рефінансування НБУ та банківські ставки;
- рівень та динаміка цін.

До *політико-правових* чинників відносять:

- політичну стабільність у суспільстві;
- законодавче врегулювання господарської діяльності;
- антимонопольне регулювання;
- законодавчу базу податкового регулювання;
- атмосферу сприяння ринковим перетворенням.

До *природно-географічних* чинників відносять:

- природні властивості регіону;

- забезпеченість енергією, корисними копалинами, іншими природними ресурсами;
- якість грунту, повітря, води;
- рівень забруднення довкілля.

До *технологічних* чинників відносять:

- рівень розвитку науки і техніки;
- рівень інноваційного розвитку;
- державне регулювання і стимулювання наукових досліджень.

До *соціально-кільтурних* чинників відносять:

- чисельність, вікову та статеву структури населення, територіальний поділ;
- доходи, рівень освіти;
- суспільні цінності, звичаї та традиції.

3. Ринок та ринкова інфраструктура.

Ринок – це насамперед сфера товарного обігу і пов'язана з ним сукупність товарно-грошових відносин, яка виникає в процесі купівлі-продажу товарів між виробниками і споживачами. Ринок відіграє суттєву роль у процесі відтворення – він виступає найбільш досконалим інструментом саморегуляції суспільного виробництва. Це складний механізм координації, який діє через систему цін, механізм зв'язку (відносин), який застосовується для поєднання дій мільйонів різних індивідів.

Оскільки в ринкові відносини вступає безліч суб'єктів, а у сферу товарообігу надходять різноманітні товари та послуги, то все це зумовлює складну і багатогранну структуру ринку, яку досліджують за такими класифікаційними ознаками (позиціями):

- суб'єктивний склад;
- продуктово-ресурсне наповнення;
- територіально-просторова організація;
- елементно-технологічні компоненти.

Таблиця 4.1

Класифікація видів ринку

Класифікаційна ознака	***Вид ринку***
Суб'єктивний склад	Ринок споживачів; виробників; продавців; посередників; державних установ; міжнародних виробників
Продуктово-ресурсне наповнення	Ринок продовольчих і непродовольчих товарів; знарядь і предметів праці та інших товарів виробничого призначення; житла; землі; природних багатств і корисних копалин; побутових, транспортних, комунальних та інших послуг; валюти; грошей та цінних паперів
Територіально-просторова організація	Ринок місцевий (локальний); регіональний; національний; транснаціональний; світовий
Елементно-технологічні компоненти	Ринок засобів виробництва; предметів споживання; інновацій та інформації; інвестиційних ресурсів; робочої сили; валютний; грошово-кредитний

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, та в яких місцях хоче придбати потенційний покупець, а вже потім організовувати виробництво.

Ефективність функціонування ринку визначається ступенем розвитку і розгалуження його інфраструктури.

Під **інфраструктурою** ринка розуміють систему державних, приватних і громадських інститутів (організацій, установ), а також технічних засобів, що обслуговують інтереси суб'єктів ринкових відносин, забезпечують їх ефективну взаємодію та регулюють рух товарно-грошових потоків.

Виокремлюють організаційно-технічну, фінансово-кредитну та науково-дослідницьку інфраструктури ринка.

До ***організаційно-технічної*** інфраструктури ринку належать товарні біржі й аукціони, торгові доми і торгові палати, холдингові й брокерські компанії, інформаційні центри та ярмарки, сервісні центри, різного роду асоціації підприємців і споживачів, транспортні комунікації і засоби оперативного зв'язку.

Фінансово-кредитну інфраструктуру ринка утворюють банки, фондові й валютні біржі, страхові та інвестиційні компанії, фонди профспілок та інших громадських організацій. Це – всі ті, хто здійснює мобілізацію тимчасово вільних грошових ресурсів, перетворює їх у кредити, а потім у капіталовкладення.

Науково-дослідницька інфраструктура ринку включає в себе наукові інститути з вивчення ринкових проблем, інформаційно-консультативні фірми, аудиторські організації, спеціальні навчальні заклади.

Особливе місце серед елементів інфраструктури належить біржам.

Біржа – це установа, де здійснюється купівля-продаж масових товарів (товарна біржа), цінних паперів (фондова біржа), валюти (валютна біржа), нерухомого майна (біржа нерухомості), робочої сили (біржа праці). Як правило, біржа – це приватне акціонерне товариство, акції якого за стандартом не приносять дивідендів, а лише надають право здійснювати торгові операції.

В Україні створено чимало бірж. Серед них: Українська універсальна біржа, Українська універсальна агропромислова біржа, Українська фондова біржа та інші. Найбільшого поширення в Україні набули товарні біржі.

Товарна біржа – це комерційне підприємство, різновид товарного ринку оптової купівлі-продажу товарів масового виробництва, на якому реалізація здійснюється без попереднього огляду за зразками і стандартами при наперед встановлених розмірах мінімальних партій і на якому формуються ринкові ціни в залежності від фактичного співвідношення попиту і пропозиції.

Фондова біржа – це організаційно оформлений, постійно діючий ринок, на якому здійснюється торгівля цінними паперами. Основними видами цінних паперів є векселі, акції, облігації. Членами біржі можуть бути як індивідуальні

торговці паперами, так і кредитно-фінансові інститути. Фондова біржа виконує такі функції:

- забезпечує мобілізацію тимчасово вільних грошових засобів;
- встановлює ринкову ціну (курс) цінних паперів;
- здійснює переміщення капіталу між галузями.

Валютна біржа є органічною частиною сучасних міжнародних валютно-фінансових відносин, які забезпечують концентрацію валютних операцій, формування, взаємозв'язок і динаміку валютних курсів. Валютна біржа – це комерційне підприємство, яке здійснює купівлю-продаж іноземної валюти за ринковими цінами.

З появою бірж в Україні з'являються і нові види професійних занять та робочих місць для населення. Операції купівлі-продажу на біржах здійснюють брокери, маклери і дилери.

Б р о к е р и – це посередники при укладенні угод між покупцями і продавцями товарів. Ними можуть бути брокерські фірми, контори, а також незалежні брокери. Брокери готують, оформлюють і реєструють договори купівлі-продажу, здійснюють нагляд за правильністю біржового торгу.

Д и л е р и – це фізичні або юридичні особи, що займаються купівлею-продажем цінних паперів, валют, товарів. Вони діють від свого імені і за свій рахунок. Прибуток дилера формується за рахунок різниці цін (курсів) продавця і покупця, а також за рахунок інфляції.

М а к л е р – це торговий посередник, який професійно займається посередництвом при купівлі-продажу товарів, цінних паперів, послуг страхування. Він входить до складу персонала біржі, веде торги і реєструє згоду брокерів продавця і покупця на укладення угоди.

Біржа робочої сили (біржа праці) на відміну від товарної, фондової та валютної бірж, формується державою. Відповідно до Закону України "Про зайнятість населення" цей інститут інфраструктури ринку називається державною службою зайнятості.

До інфраструктури ринку входить розгалужена система приватних, кооперативних, державних, змішаних гуртових і роздрібних торговельних структур, які визначають стан двох форм торгівлі в країні: оптову і роздрібну.

Оптова торгівля – це частина внутрішньої торгівлі, яка охоплює продаж товарів як великими, так і малими партіями з метою їх перепродажу або виробничого споживання. Оптова торгівля здійснюється за цінами, які нижчі від роздрібних цін, але вони повинні забезпечувати нормально працюючому промисловому та торговельному підприємству відшкодування витрат, внесення платежів у бюджет і створення фондів економічного стимулювання та прибуток. Оптова торгівля стимулює збут товарів, формує їх асортимент, складає і транспортує товари. Найбільш впливовими оптовими торговельними структурами є великі торговельні фірми, торгові доми, дистриб'юторські фірми тощо.

Торговельна фірма – це фірма, яка займаються здійсненням операцій з купівлі-продажу товарів.

Торговий дім – це торговельна фірма, яка закуповує товар у виробників або оптовиків своєї країни і перепродує їх за кордон, або закуповує іноземні товари за кордоном та перепродує їх місцевим оптовим і роздрібним торговцям, а також споживачам. Для виконання своїх функцій торгові доми мають мережу магазинів, складські приміщення, транспортні засоби тощо.

Дистриб'ютер – окрема фірма або агент промислового підприємства, що здійснює реалізацію продукції і виступає як торговець за договором на основі угоди про право на продаж в окремому регіоні. Угода фірми передбачає виконання дистриб'ютором ряду функцій, пов'язаних з реалізацією товару: організацію реклами в даному регіоні, передпродажну підготовку технічно складних товарів, надання покупцям сервісних послуг, аналіз кон'юнктури ринку та відгуків покупців про придбані ними вироби фірми тощо.

Роздрібна торгівля – це торгівля, яка включає діяльність, пов'язану з продажем товарів і послуг безпосередньо кінцевим споживачам для їх особистого використовування. До роздрібної торгівлі належить величезна мережа магазинів, яка включає універмаги, універсами, спеціалізовані магазини, супермаркети, магазини самообслуговування, склади-магазини тощо.

Контрольні питання.

1. Що таке зовнішнє середовище діяльності підприємства?
2. В чому полягає взаємозв'язок підприємства з зовнішнім середовищем?
3. Що є головною проблемою для вітчизняних підприємств у ринкових умовах?
4. Дати визначення макросередовищу та зазначити його елементний склад.
5. Дати визначення мікросередовищу та зазначити його елементний склад.
6. Дати визначення ринку.
7. В чому суть ринку як досконалого інструменту саморегуляції суспільного виробництва?
8. Які принципи покладені в основу роботи підприємства в умовах ринку?
9. Чим зумовлена багатогранність структури ринку і з яких позицій вона досліджується?
10. Яка роль ринкової інфраструктури та які її складники?

Тести

1. Яке з перелічених визначень ринку найбільш точно характеризує його сутність?

а) ринок – це розвинена форма обміну товарами між виробниками і споживачами;

б) ринок – це система економічних, організаційних і правових дій, що забезпечують просування товарів від виробників до споживачів;

в) ринок – це економічна категорія товарного виробництва, сфера товарного обміну з певною системою економічних відносин між продавцем і покупцем;

г) всі відповіді правильні.

2. Зовнішнє середовище діяльності підприємства поділяється на:

а) мікро- і макросередовище;

б) екосередовище і геосередовище;

в) мезосередовище та екзосередовище;

г) біосередовище і макросередовище.

3. До економічних чинників мікросередовища діяльності підприємства не відносять:

а) ступінь державного регулювання економіки;

б) рівень інфляції;

в) антимонопольне регулювання;

г) рівень та динаміка цін.

4. До природно-географічних чинників мікросередовища не відносять:

а) природні властивості регіону;

б) законодавчу базу податкового регулювання;

в) рівень забруднення довкілля;

г) забезпеченість енергією, корисними копалинами.

5. До елементів сфери мікросередовища діяльності підприємства не відносять:

а) екологічне середовище;

б) постачальників;

в) державні органи;

г) конкурентів.

6. З позицій суб'єктивного складу ринки поділяються на:

а) регіональні, національні, транснаціональні;

б) ринки споживачів, виробників, посередників;

в) ринки засобів виробництва;

г) ринки інновацій та інформації.

7. З позицій продуктово-ресурсного наповнення не розглядають ринки ...

а) продовольчих і непродовольчих товарів;

б) природних багатств і корисних копалин;

в) знарядь і предметів праці;

г) інвестиційних ресурсів.

8. До чинників макросередовища діяльності підприємства не відносять:

а) політичне середовище;

б) екологічне середовище;

в) науково-технічне середовище;

г) конкурентне середовище.

9. Організаційно оформлений, постійно діючий ринок, на якому здійснюється торгівля цінними паперами, називається ...

а) біржею праці;

б) товарною біржею;

в) фондовою біржею;

г) валютною біржею.

10. Торговельна фірма, яка закуповує товар у виробників або оптовиків своєї країни і перепродує їх за кордон, або закуповує іноземні товари за кордоном та перепродує їх місцевим оптовим і роздрібним торговцям, називається ...

а) дистриб'ютером;
б) торговим домом;
в) дилером;
г) роздрібною торговою фірмою.

5. СТРУКТУРА І УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

1. Виробнича і загальна структура підприємства.
2. Функції процесу управління.
3. Методи управління та їх класифікація.
4. Види управління.
5. Організаційні структури управління.
6. Основні вимоги до організаційних структур управління.

1. Виробнича і загальна структура підприємства.

Під ***структурою*** підприємства розуміють його внутрішній устрій, який характеризує склад підрозділів та систему їх зв′язку, підпорядкованість і взаємодію.

Сукупність виробничих підрозділів утворює ***виробничу*** структуру підприємства. Залежно від функціонального призначення підрозділів підприємства виокремлюють його цехову, безцехову, корпусну і комбінатську структури.

Безцехова виробнича структура, як правило, притаманна малим підприємствам. Основа її будови – це виробниче приміщення, де виконуються технологічно однорідні роботи або виготовляється однотипна продукція.

Цеховою виробничу структуру називають тоді, коли основним виробничим підрозділом підприємства є цех. Цехи, у свою чергу, можуть поділятися на:

- ***основні*** – виготовляють профільну (товарну) продукцію для реалізації сторонньому замовнику (обробні, складальні, прокатні цехи);
- ***допоміжні*** – виготовляють напівфабрикати для забезпечення насамперед власних виробничо-технологічних потреб, а іноді й для продажу сторонньому замовнику;
- ***обслуговуючі*** – надають послуги, що забезпечують необхідні умови для нормальної роботи основних і допоміжних виробничих процесів (ремонтні, інструментальні, транспортні, енергозабезпечуючі, складські підрозділи);
- ***побічні*** – виконують зачисні, прибиральні роботи після відпрацювання основного виробництва: утилізують відходи, відновлюють окремі види сировинно-матеріальних ресурсів, виготовляють тару тощо;

- ***підсобні*** – виготовляють непрофільну для даного підприємства продукцію, яка також призначена для реалізації;
- ***експериментальні*** – випробовують і розробляють нові вироби, устаткування, обладнання й технології.

Корпусна виробнича структура притаманна великим підприємствам, де кілька однотипних цехів можуть бути об′єднані в корпус.

Комбінатська виробнича структура існує на підприємствах, з багатостадійними процесами переробки природної сировини виробництва, що здійснюються згідно з технологічною послідовністю.

Проте до складу підприємства входять не тільки виробничі підрозділи, а й відділи апарату управління, а на середніх та великих підприємствах ще й заклади соціального призначення – невиробничі підрозділи (заклад харчування, медична частина, профілакторій, дільниця озеленення території). Тому кажуть, що сукупність *виробничих, невиробничих та управлінських* підрозділів утворює ***загальну*** структуру підприємства.

2. Функції процесу управління.

В управлінні підприємством виокремлюють такі основні **функції:**

- ***планування*** – процес визначення мети діяльності підприємства і намічення альтернативних шляхів її досягнення;
- ***організація*** – розподіл серед виконавців окремих завдань, повноважень та відповідальності;
- ***мотивація*** – створення умов, за яких виконавці зможуть і захочуть виконувати запропоновану їм роботу якнайкраще;
- ***аналіз і контроль*** – вимірювання та зіставлення результатів фактичної діяльності із її запланованими показниками (економічний аналіз); коригування діяльності в разі виявлення відхилень від плану.

Таким чином, управління підприємством відображає сукупність зазначених вище взаємозв′язаних процесів, які мають забезпечити безумовне досягнення цілей підприємства.

3. Методи управління та їх класифікація.

Методи управління на підприємстві – це способи впливу на окремих працівників і трудовий колектив у цілому, необхідні для досягнення встановлених цілей підприємства. Оскільки методи управління спрямовані на людей, то основою класифікації методів управління є внутрішній зміст мотивів, якими керується людина в процесі виробничої діяльності. За своїм змістом ці мотиви можна поділити на економічні, соціальні і примусові. У відповідності з цим розрізняють економічні, соціально-психологічні та адміністративно-правові (організаційні) методи управління.

Економічні методи управління реалізують матеріальний інтерес участі людини у виробничих процесах шляхом використання товарно-грошових відносин.

Соціально-психологічні методи управління реалізують мотиви соціальної поведінки людини в трудовому колективі: взаємоповага, взаємовиручка, змістовний характер праці, можливості для прояву ініціативи, кваліфікаційне зростання тощо.

Адміністративно-правові (організаційні) методи управління реалізують мотиви примусового характера. Їх існування обумовлене зацікавленістю у спільній організації праці. Вони у свою чергу поділяються на *регламентуючі* (надання методичної, інструктивної, законодавчої допомоги працівникам) і *розпорядчі* (розподіл завдвнь, контроль за їх виконанням, застосування в разі необхідності адміністративних, матеріальних, карно-правових санкцій).

4. Види управління.

Для більшості підприємств розглядають три основні види управління їх діяльністю: виробниче, організаційне й економічне. Зараз в Україні формується й відносно новий для неї вид ***корпоративного управління***, для якого характерною є корпоративна форма власності. Це, як правило, – об′єднання фінансових і промислових підприємств, промислових і торгівельних підприємств, створення банками лізингових фірм, венчурних компаній, спільна участь кількох підприємств у створенні акціонерного капіталу одного підприємства. Права учасників таких об′єднань залежать від кількості акцій, що їм належать.

***Основні напрями виробничого управління*:**

- забезпечення ефективного використання устаткування, наявних виробничих площ;
- систематичний контроль технічного стану устаткування, забезпечення його технічного обслуговування і ремонту;
- оптимальне планування, чіткий облік та нормування основних технологічних операцій;
- управління технологічною підготовкою виробництва продукції;
- оперативне диспетчерське регулювання всіх матеріальних потоків та технологічних операцій, починаючи від складів із сировиною, матеріалами, напівфабрикатами і закінчуючи процесами зборки, контролю якості готової продукції та її виходом із виробничих цехів на склад готової продукції;
- управління розвитком підприємства (розширення асортименту продукції, що випускається, застосування вдосконалених технологій виготовлення продукції, автоматизація виробництва тощо).

Основні напрями організаційного управління:

- вибір форми організації управління підприємством і виробництвом;
- визначення функцій і обов'язків кожного структурного підрозділу для підтримання нормальної діяльності підприємства;
- підбір, розстановка та навчання кадрів;
- здійснення контролю за якістю та ефективністю роботи підрозділів управління підприємством;

• формування ефективного механізму взаємодії з іншими суб'єктами господарювання: постачальниками сировини, матеріалів, комплектуючих; споживачами продукції; банківськими установами тощо.

Основні напрями економічного управління:

• забезпечення прибуткової роботи підприємства, його самоокупності та самофінансування;

• зниження всіх видів виробничих витрат; підвищення конкурентоспроможності продукції;

• обгрунтування ціноутворення і забезпечення гнучкої цінової політики на ринку продажу продукції;

• економічне обгрунтування доцільності інвестиційних проектів з реконструкції підприємства, модернізації устаткування та оновлення вироблюваної продукції;

• обгрунтування й подальший розвиток нормативної бази підприємства (з матеріальних, фінансових та трудових витрат на виготовлення одиниці вироблюваної продукції);

• систематичний аналіз господарської діяльності та фінансового стану підприємства;

• аналіз використання матеріальних ресурсів, пошук резервів зниження матеріаломісткості, енергомісткості вироблюваної продукції;

• розробка заходів щодо стимулювання праці персоналу задля підвищення продуктивності та якості праці.

• раціональний розподіл прибутку підприємства, розробка перспективного, поточного й оперативного планів діяльності підприємства.

5. Організаційні структури управління.

Організаційна структура управління – це впорядкована сукупність взаємопов'язаних елементів, що знаходяться між собою у стійких взаємостосунках, які забезпечують їх функціонування і розвиток як єдиного цілого.

Елементами структури можуть бути як окремі працівники, служби так і окремі ланки апарату управління, а взаємозв'язки між ними підтримуються через горизонтальні і вертикальні зв'язки, які носять лінійний і функціональний характер.

Існують кілька типів організаційних структур управління.

Найпростішою серед інших є ***лінійна***. Вона, як правило, використовується на підприємствах малого бізнесу, які мають нескладну технологію і організацію виробництва. Між елементами лінійної організаційної структури управління існують лише одноканальні взаємодії. Тобто на підприємстві кожен підлеглий має лише одного лінійного керівника, який виконує водночас адміністративні та всі інші керівні функції у відповідному підрозділі. Переваги даної структури полягають у чіткості взаємовідносин, оперативності і несуперечлівості управлінських рішшень, надійності контролю. Недоліком є те, що керівник окрім основних координуючих функцій повинен

відволікатися на виконання цілого ряду додаткових робіт: займатися кадровими питаннями, обліком, контролем якості тощо.

Лінійно-функціональна організаційна структура управління приходить на заміну лінійній системі у зв'язку з розширенням діяльності підприємства. Вона покликана допомогти лінійному керівникові у вирішенні додаткових виробничих завдань. Для цього при лінійному керівництві створюється функціональна служба, яка працює над формуванням відповідних управлінських рішень, але сама безпосередньо не керує підлеглими, тобто має лише дорадчі права.

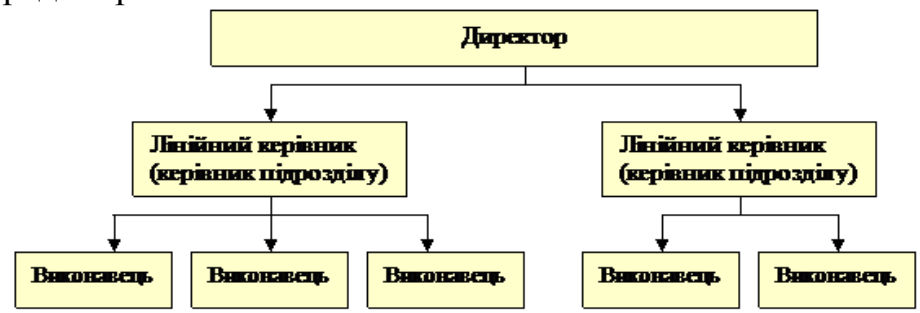


Рис. 5.1. Схема лінійної структури управління підприємством.

Перевагою такої організаційної структури управління є можливість для лінійного керівництва сконцентруватися на поточних виробничих справах. До недоліків відноситься зростання управлінських витрат на утримання цих служб, зниження оперативності в процесі прийняття управлінських рішень. Така структура є досить поширеною і ефективною у масовому виробництві, де технологічні зміни незначні, а обсяги вироблюваної продукції достатньо великі.

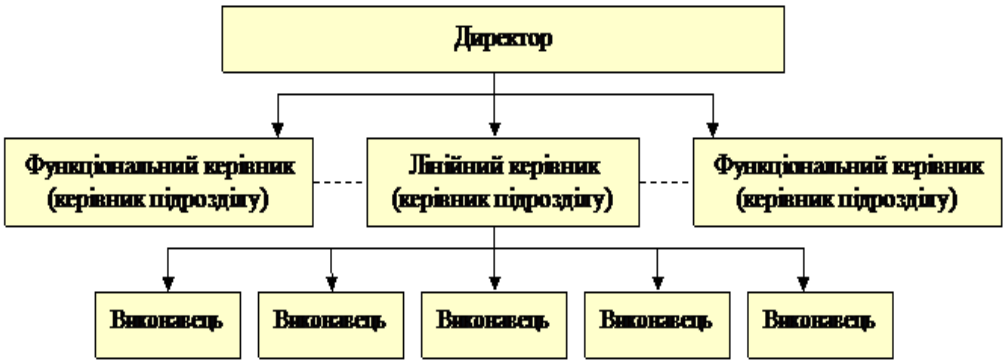


Рис. 5.2. Схема лінійно-функціональної структури управління підприємством.

Функціональна організаційна структура управління також передбачає наявність функціональних підрозділів, але їх персонал має права прийняття власних управлінських рішень. При такій організаційній структурі управління кожний виробничий підрозділ може одночасно отримувати розпорядження від декількох керівників функціональних підрозділів підприємства. Перевага такої структури в тому, що дана організаційна структура взмозі забезпечити адекватне і компетентне керівництво по кожній проблемі, яка виникає на

підприємстві. До недоліків можна віднести деяку суперечливість, а іноді і неузгодженість рішень.

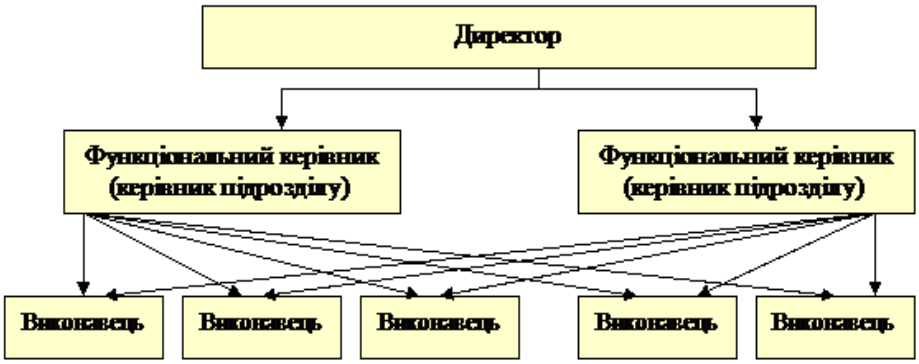


Рис. 5.1. Схема функціональної структури управління підприємством.

Дивізіональна організаційна структура управління будується не за функціональною ознакою, а за принципом групування виробничих підрозділів. Наявність даної форми організаційної структури пов'язана з процесом укрупнення підприємств у разі диверсифікації, комбінування виробництва, створення корпорацій та конгломератів. На таких підприємствах поглиблюється поділ управлінської праці таким чином, що вищі ланки управління займаються лише загальними питаннями (фінансовими, юридичними, кадровими), а решту своїх функцій делегують керівникам виробничих підрозділів, які, в свою чергу, мають власну функціональну структуру управління.

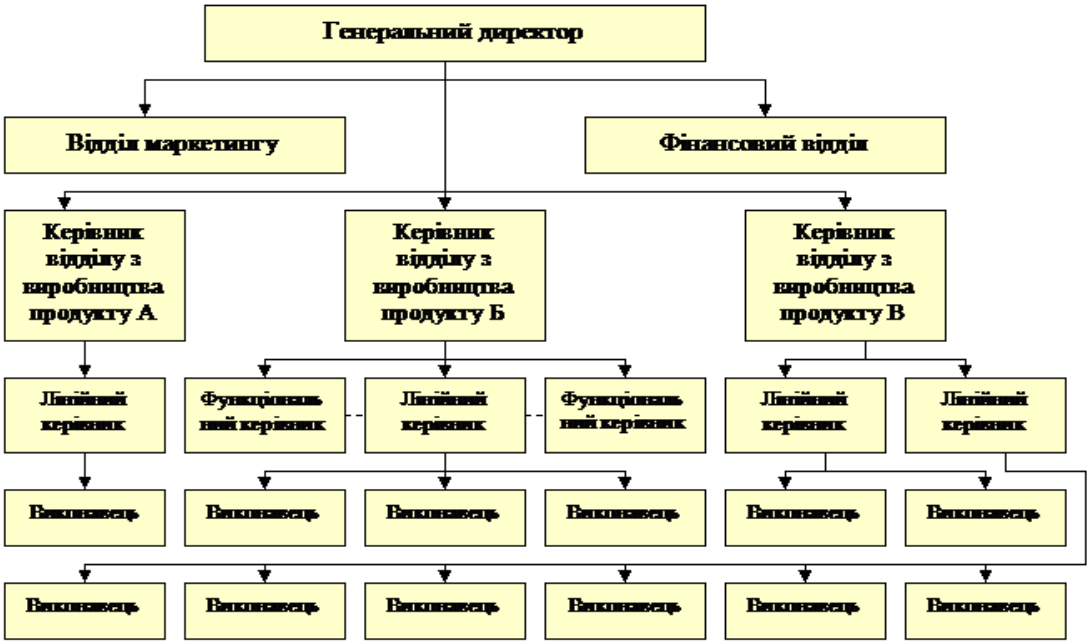


Рис. 5.1. Схема дивізіональної (продуктової) структури управління підприємством.

Перевагами дивізіональної організаційної структури управління порівняно з розглянутими раніше структурами управління є: збільшення гнучкості та адаптивності організації до змін зовнішнього середовища; відповідальність за одержання прибутку делегується на нижчі рівні управлінської ієрархії; вище керівництво має змогу зосереджувати свою увагу на вирішенні стратегічних завдань корпорації.

До недоліків дивізіональної організаційної структури управління належать наступні: має місце дублювання функціональних служб на рівнях штаб-квартири корпорації та у відділеннях, що за відсутності чіткого розподілу повноважень призводить до погіршення економічності апарату управління корпорації в цілому; часто послаблюється контроль за діяльністю відділень з боку вищого керівництва, що зумовлює виникнення труднощів у проведенні єдиної технічної та фінансової політики між відділеннями (підгалузями); можливе виникнення стратегічної несумісності окремих самостійних підрозділів корпорації; виникнення труднощів у розподілі ресурсів та витрат між окремими самостійними підрозділами корпорації.

Матрична організаційна структура управління передбачає поряд з лінійними керівниками і управлінськими підрозділами створення тимчасових проектних груп, які формуються із спеціалістів певних функціональних підрозділів. Поява і тимчасова робота пов'язана, як правило, із розробкою нових видів продукції. Після завершення цих робіт спеціалісти повертаються до своїх функціональних підрозділів.

Множинна організаційна структура управління характерна для холдингів та конгломератів. Їх підрозділи не є уніфікованими, а під час їх побудови не застосовувались єдині організаційні принципи. Наприклад, підрозділи конгломерату можуть формуватись на основі єдиних організаційних принципів, однак різні умови діяльності та галузеві особливості потребують розробки адекватної організаційної структури для кожного бізнес-підрозділу. Конгломерат, як правило, має штаб-квартиру, що здійснює загальне керівництво, та велику кількість самостійних, але юридично залежних підрозділів. Штаб-квартира розробляє загальнокорпоративну стратегію, веде консолідований бухгалтерський облік, здійснює фінансове планування та контроль і надає фінансову допомогу підрозділам. У питаннях формування організаційної структури управління та здійснення оперативного управління підрозділам надається самостійність. Використання сучасних інформаційних технологій та засобів комунікації дає змогу зосереджувати у штаб-квартирі операції, пов'язані з ефективним опрацюванням інформації та розробкою адекватних управлінських рішень.

6. Основні вимоги до організаційних структур управління.

Розробляючи організаційну структуру управління на підприємстві, необхідно орієнтуватися на такі основні вимоги.

1. Спрямованість на досягнення мети. Оскільки мета є характеристикою будь-якої організації, структура управління має сприяти досягненню її. Це

досягається завдяки встановленню прав і повної відповідальності кожної управлінської ланки за досягнення поставлених перед нею завдань, ланок одного рівня управління з реалізації мети вищого рівня, раціонального розподілу та кооперації праці між ланками і рівнями управління.

2. Перспективність виражається в тому, що в об'єкті управління не можуть вирішуватися лише питання оперативного характеру; необхідна робота над визначенням стратегії, пов'язаної з майбутнім розвитком виробництва та управління. З цією метою в організаційній структурі необхідно передбачити блок перспективного, стратегічного управління, відокремивши його від блоку оперативного й поточного управління.

3. Здатність до розвитку. Необхідність розвитку організаційної структури зумовлюється тенденцією постійного вдосконалення виробництва, зміною зовнішніх умов, появою диспропорцій у системі управління. За таких умов організаційна структура має бути достатньо еластичною, здатною до сприйняття коригуючих дій. На практиці це може досягатися за допомогою створення тимчасових цільових груп (підрозділів), служб розвитку тощо.

4. Узгодженість інтересів. Унаслідок глибокого поділу праці з'являються окремі підрозділи, виникають різноманітні та суперечливі інтереси учасників процесу управління. Наприклад, інтереси працівників механічного цеху не збігаються з інтересами працівників складального цеху. Перші, прагнучи до підвищення ефективності роботи свого цеху, зацікавлені в скороченні номенклатури й збільшенні розмірів партій виробів, скороченні кількості переналадок обладнання і т.д., що призводить до збільшення обсягів незавершеного виробництва, його недокомплектування. Працівники ж складального виробництва зацікавлені у вчасному забезпеченні процесу складання всім необхідним. Причому постачання деталей складальних одиниць комплектуючих виробів має здійснюватися в потрібних обсягах у міру необхідності (на зразок системи канбан) без невиправданих запасів, що вимагає значних складських приміщень та додаткових витрат.

5. Наявність механізма вирішення суперечностей. Суперечності можуть бути не лише між цехами, а й всередині одного колективу, між постачальниками і споживачами продукції тощо. Отже, в організаційних структурах має бути механізм, котрий дозволяв би вчасно розв'язувати суперечності, досягати розумних компромісів. Вирішують це за допомогою введення в структуру юридичної та соціальної служб, створення ради трудового колективу тощо.

6. Індивідуалізація. Кожне підприємство унікальне в тому розумінні, що має особливості, зумовлені існуючим складом кадрів, обладнанням, формальними й неформальними управлінськими зв'язками та багатьма іншими рисами. Тому розробка і здійснення заходів із удосконалення організаційної структури має враховувати ці особливості. У зв'язку з цим будь-які загальні рекомендації можуть бути використані лише як орієнтири.

7. Ефективність. Організаційна структура має сприяти найбільш раціональному здійсненню процесів управління, підвищенню продуктивності

праці управлінських працівників при виконанні ними необхідних функцій. Ефективність може досягатися за допомогою різноманітних заходів, зокрема створенням підрозділів, завданням яких є проведення аналізу діючої організаційної структури, функціонального та ієрархічного поділу праці, організації процесів управління тощо.

Контрольні питання

1. Що називають структурою підприємства і які її різновиди?
2. Які підрозділи підприємства утворюють його виробничу структуру?
3. Які різновиди виробничої структури підприємства залежно від функціонального призначення його підрозділів?
4. Перелічити функції управління і дати їм коротку характеристику.
5. Що таке методи управління на підприємстві?
6. Які групи методів управління існують?
7. Охарактеризувати види управління на виробничому підприємстві.
8. Які особливості лінійно-функціональної структури управління?
9. Для яких типів підприємств доцільно будувати множинну організаційну структуру управління?
10. Які вимоги до організаційних структур управління мають задовольнятися в процесі їх побудови?

Тести

1. Цехи, які виготовляють напівфабрикати для забезпечення власних виробничо-технологічних потреб, називаються:

а) основними;
б) допоміжними;
в) побічними;
г) обслуговуючими.

2. Надання послуг, які забезпечують необхідні умови для нормальної роботи підрозділів підприємства, це завдання його ... цехів.

а) основних;
б) допоміжних;
в) обслуговуючих;
г) підсобних.

3. Функція управління, яка полягає у розподілі окремих завдань, повноважень та відповідальності серед виконавців, називається:

а) планування;
б) мотивація;
в) організація;
г) аналіз і контроль.

4. Методи управління, які реалізують матеріальний інтерес участі людини у виробничих процесах шляхом використання товарно-грошових відносин, називаються:

а) економічними;

б) соціально-психологічними;
в) адміністративними;
г) правовими.

5. Зниження всіх видів виробничих витрат, підвищення конкурентоспроможності продукції – це один із напрямів ... управління на підприємстві.

а) економічного;
б) виробничого;
в) організаційного;
г) корпоративного.

6. Найпростішою організаційною структурою управління, яка притаманна підприємствам малого бізнеса, є:

а) лінійна;
б) лінійно-функціональна;
в) функціональна;
г) дивізіональна.

7. Організаційна структура управління, яка передбачає створення поряд з лінійними керівниками і управлінськими підрозділами тимчасових проектних груп, які формуються із спеціалістів певних функціональних підрозділів, називається:

а) лінійно-функціональна;
б) функціональна;
в) дивізіональна;
г) матрична.

8. Перевагами дивізіональної організаційної структури управління є:

а) змога вищого керівництва зосередитися на вирішенні стратегічних завдань;
б) дублювання функціональних служб на різних рівнях;
в) можливість сконцентруватися на поточних справах підприємства;
г) зростання чисельності апарату управління.

9. Недоліками лінійної організаційної структури управління є:

а) створення ієрархічної системи управління;
б) відволікання уваги керівника на кадрові питання, облік, контроль якості;
в) наявність у функціональних підрозділів дорадчих прав;
г) повільна реакція на зміни зовнішнього середовища.

10. До основних вимог при створенні організаційних структур управління відносять:

а) спрямованість на досягнення мети;
б) наявність механізма вирішення суперечностей;
в) конкурентоспроможність;
г) перспективність.

6. РИНОК І ПРОДУКЦІЯ

1. Сутність та основні функції ринку. Суб'єкти і об'єкти ринкових відносин.
2. Структура ринку та його види.
3. Класифікація продукції.
4. Показники обсягу продукції. Номенклатура і асортимент.
5. Товарна, валова, реалізована і чиста продукція підприємства.

1. Сутність та основні функції ринку. Суб'єкти і об'єкти ринку.

Як зазначалося в попередніх темах, ринок – це особлива соціально-економічна структура, основними функціями якої є обмін продуктами між відокремленими товаровиробниками і реалізація зворотного зв'язку між виробництвом і споживанням. Ринок виник завдяки суспільному поділу праці і економічній відокремленості товаровиробників.

В економічній системі ринок виконує такі основні **функції**:

1. Техніко-економічна – забезпечує рух товарів і послуг від виробника до споживача.

2. Інформативна – надає об'єктивну інформацію про суспільно необхідні витрати виробництва, суспільно необхідну кількість, якість та асортимент тих товарів і послуг, які виробляються**.** Одним із головних способів передачі інформації в ринковому середовищі є ціни. Наявність такої інформації дає можливість заздалегідь вживати необхідних заходів щодо зниження індивідуальних витрат, зміни асортименту, підвищення якості товарів та послуг.

3. Регулююча – спрямовує зусилля підприємців на випуск тих товарів, які користуються попитом з метою отримання максимального прибутку**.** В результаті досягається відповідність між обсягом виробництва і суспільними потребами, формуються необхідні економічні пропорції.

4. Стимулююча – стимулює тих товаровиробників, хто раціонально використовуючи свої виробничі можливості одержує найкращий кінцевий результат, впроваджує інновації, передову техніку, технологію та організацію виробництва, які ведуть до зниження індивідуальних витрат виробництва і підвищення конкурентоспроможності.

5. Сануюча – за допомогою конкуренції "очищує" суспільне виробництво від економічно слабких, нежиттєздатних підприємств і дає "зелене світло" ефективнішим. Тобто ринок виконує функцію об'єктивного судді. Підприємницькі структури, які не враховують потреб споживачів, не впроваджують інновацій, не вживають ефективних заходів щодо зниження індивідуальних витрат, зазнають збитків, стають неплатоспроможними, банкрутіють, а суспільно корисні й ефективно працюючі виробники успішно розвиваються.

6. Інтегруюча – розвиває систему горизонтальних і вертикальних ринкових зв'язків, у тому числі зовнішньоекономічних, що робить економіку

країни єдиним цілим. Будучи за своєю природою інтернаціональним, ринок також сприяє проникненню товарів у різні країни і куточки світу.

Структура ринку характеризується суб'єктами та об'єктами ринкових відносин.

Суб'єктами ринкових відносин безпосередньо виступають споживачі, виробники товарної продукції і держава. Активними учасниками ринкових відносин стають також торговельні і фінансові посередники: комерційні агенти, брокери, дилери та ін. Вони діють на правах фізичних або юридичних осіб і відіграють усезростаючу роль в ринковій економіці. Ринок являє собою складний механізм виявлення й узгодження економічних інтересів. Саме цим і займаються торговельні і фінансові посередники. Вони вивчають стан справ з попитом і пропозицією тих чи інших товарів, динаміку цін, встановлюють ділові контакти, прогнозують ринкову ситуацію тощо.

Об'єктами ринкових відносин є продукти праці (засоби виробництва, предмети споживання, послуги, житло, наукові ідеї, інформація тощо), природні ресурси, сама праця, цінні папери (акції, облігації), валюта.

2. Структура ринку та його види.

За економічним призначенням об'єктів ринкових відносин розрізняють ринок праці, ринок засобів виробництва, ринок предметів споживання, ринок платних послуг, ринок науково-технічних розробок та інформації, ринок грошей, ринок цінних паперів, ринок валюти, ринок інтелектуальної власності, страховий ринок та ін. Кожний з цих ринків має свою структуру і особливості.

Залежно від об'єкту ринкових відносин розрізняють три групи ринків: товарні, фінансові і ринки праці. В кожній із них виділяють відповідні спеціалізовані ринки. До першої групи належать споживчий ринок, ринок матеріальних ресурсів, ринок науково-технічних розробок та інформації, ринок нерухомості. До другої групи – інноваційний, кредитний, цінних паперів, грошей і валютний ринки. До ринків праці належать ринки робочої сили різного рівня кваліфікації та спеціалізації.

За адміністративно-територіальною ознакою розрізняють місцевий ринок (селищний, міський, районний, обласний чи регіональний); національний або внутрішній (усі ринки в середині країни), світовий або зовнішній ринок (сукупність і взаємодія національних ринків різних країн світу).

Залежно від умов конкуренції виокремлюють вільний, монополізований і регульований ринки.

Вільний ринок – це ринок з великою кількістю незалежних виробників однорідних товарів, які не в змозі впливати на рішення один одного, на рівень цін. Нема обмежень з інформації про попит, пропозицію, ціну, якість продукції тощо. Йде вільне ціноутворення, що складається внаслідок співвідношення між суспільним попитом і суспільною пропозицією певного товару. Відсутні штучні бар'єри при входженні на ринок того чи іншого товару та виходу з нього. Цей ринок існував з початку XVI до кінця XIX століття.

Монополізований ринок – це ринок, для якого характерна незначна кількість виробників товарів певного виду, існує дефіцит необхідної інформації, обмежений доступ до ресурсів. Дії учасників ринкових відносин погоджуються. Монополізований ринок може бути монополістичним і олігополістичним. Монополістичний – це такий ринок, на якому домінує один виробник або продавець. Олігополістичним називають ринок, на якому панує невелика кількість суб'єктів господарювання.

Регульований ринок – це ринок, який регулюється і контролюється державою за допомогою спеціальних заходів адміністративного та економічного характеру.

Проте в сучасній ринковій економіці розвинених країн жодного з цих ринків у чистому вигляді не існує. Як правило, відбувається поєднання ринкового і державного механізмів регулювання економіки, їх взаємодія. Ринковий механізм визначає ринкові ціни і виробництво в багатьох сферах, у той час як держава регулює ринок за допомогою адміністративних і економічних методів, не порушуючи при цьому механізмів ринку. До адміністративних методів регулювання належать насамперед антимонопольне законодавство, а до економічних – оподаткування, ціноутворення, фінансово-кредитні важелі.

Типовою тенденцією розвитку сучасного ринку є глобалізація і зростання в його структурі ролі платних послуг, патентів, ліцензій, інформації, комп'ютерних програм та інших видів інтелектуальної власності.

У сучасній ринковій структурі виокремлюють такі **види ринків**.

1. Головною складовою ринкової економічної системи є ***ринок праці*** (робочої сили). Він являє собою сукупність соціально-економічних відносин між найманими працівниками і підприємцями-роботодавцями щодо організації, купівлі-продажу і використання робочої сили.

2. ***Ринок засобів виробництва*** – це система економічних відносин, які формуються на вартісній основі між різними суб'єктами підприємницької діяльності щодо організації, купівлі-продажу засобів виробництва (машин, устаткування, обладнання, енергії, палива, сировини, матеріалів тощо). Його суб'єктами є фізичні та юридичні особи, що займаються підприємницькою діяльністю. Розвинена торгівля засобами виробництва сприяє розвитку підприємницької діяльності, зацікавленості суб'єктів господарювання у найбільш раціональному використанні матеріально-технічних ресурсів.

3. У структурі сучасного ринку важливою ланкою є ***ринок нерухомості***. Він спрямований на задоволення як особистих, так і виробничих потреб. Об'єктами ринку нерухомості с земельні ділянки, а також майнові об'єкти, що розташовані на цих ділянках землі, в тому числі житлові будинки. Суб'єктами відносин на цьому ринку є фізичні та юридичні особи, які можуть купувати об'єкти нерухомості – земельні ділянки, будівлі, житло тощо відповідно до чинного законодавства.

4. ***Ринок товарів споживання та послуг*** – це система економічних відносин, які формуються на вартісних засадах між виробниками (продавцями)

і споживачами (покупцями) щодо організації, купівлі-продажу споживчих товарів і послуг. Він безпосередньо відображає попит і пропозицію предметів споживання та послуг. Суб'єктами цього ринку є все населення, адже основну частину економічних благ люди купують саме на такому ринку. Відтак є й численні товаровиробники, що створюють ці блага.

5. Важливою складовою ринкової економіки є також ***фінансовий ринок***. Він охоплює ринки кредитів, цінних паперів, інвестицій (капіталів), валюти. Фінансовий ринок – це сукупність економічних відносин щодо купівлі-продажу фінансових ресурсів. Він спрямовує в єдине русло рух вільних грошових коштів суб'єктів господарювання і населення, цінних паперів та інших форм капіталу. Фінансовий ринок у розвинутій ринковій системі створює ефективний механізм мобілізації та перерозподілу вільних грошових коштів для забезпечення фінансовими ресурсами суб'єктів підприємницької діяльності, соціально-економічного розвитку суспільства. На фінансовому ринку продавцями капіталу виступають комерційні та інвестиційні банки, пенсійні фонди, страхові компанії тощо, а покупцями – підприємницькі структури, держава та населення. Вони, до речі, можуть бути й продавцями цього товару.

6. В сучасних умовах динамічно розвивається ***ринок інтелектуального продукту (капіталу)***. Він являє собою сукупність економічних відносин між різними суб'єктами господарської діяльності щодо організації купівлі-продажу і використання інтелектуального капіталу: ліцензій, патентів, програм для ЕОМ, товарних знаків і торговельних марок, авторських прав, інформаційних послуг тощо.

7. Важливу роль в сучасній ринкової системі відіграє й ***ринок інформації***. Товаром на цьому ринку є інформація про конкурентів, особливості організації виробництва, рівень витрат виробництва, їх структура, рівень запасів, теле- та радіореклама тощо. Плата за рекламу є своєрідною ціною інформації.

8. ***Страховий ринок*** – це сукупність соціально-економічних відносин щодо організації надання, купівлі-продажу страхових послуг. На страховому ринку здійснюється суспільне визначення страхової послуги. На цьому ринку об'єктом купівлі-продажу виступає страховий захист (страхова послуга). Суб'єктом відносин на страховому ринку є страховики, страхувальники, страхові посередники та держава.

Всі названі види, типи ринків взаємозв'язані, утворюють розгалужену ринкову систему господарювання, яка діє не тільки в межах певної країни, а й охоплює своїм впливом значну частину світової економіки.

3. Класифікація продукції.

У процесі виробництва людина взаємодіє з певними засобами виробництва і створює конкретні матеріальні блага. Результат праці здебільшого матеріалізується у вигляді конкретного продукту (продукції, виробу).

1) За ступенем обробки розрізняють*:*

- сировину;
- напівфабрикати власного виробництва;

- незавершене виробництво;
- готову продукцію.

Сировина – це природні або техногенні речовини та матеріали, з яких виготовляється продукція.

Напівфабрикати власного виробництва – це виготовлені на підприємстві вироби, які в подальшому використовуються у виробництві більш складних виробів. Іноді частину напівфабрикатів реалізують на сторону як готову продукцію. До напівфабрикатів належить, наприклад, залізорудний концентрат у чорній металургії; сира гума і клей в гумовій промисловості; сірчана кислота на комбінаті хімічної промисловості; солод у пивоварній промисловості; пряжа і сирова тканина в текстильній промисловості.

До *незавершеного виробництва* відноситься продукція (роботи, послуги), що не пройшла всіх стадій обробки, передбачених технологічним процесом, і знаходиться у стадії виготовлення, а також вироби, які не укомплектовані та не пройшли випробувань і технічного приймання.

Готова продукція – це виріб, який пройшов всі стадії технологічного процесу, прийнятий відділом технічного контролю і може бути призначений до продажу.

2) За економічним призначенням продукція поділяється на:

- засоби виробництва, які, у свою чергу, поділяються на засоби праці й предмети праці (продукція групи "А")
- предмети споживання – продовольчі й непродовольчі товари (продукція групи "Б").

4. Показники обсягу продукції. Номенклатура і асортимент.

В умовах товарного виробництва та ринкової економіки виготовлена продукція, виконана робота або надана послуга є товаром, котрий має не лише споживчу вартість (ціну), але й мінову вартість. На практиці планування та облік вироблюваних для продажу товарів вимірюється в натуральних і вартісних показниках.

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

Вимірниками обсягу продукції у вартісному вираженні є грошові одиниці національної валюти (коп., грн, тис.грн, млн грн).

Випуск продукції підприємства характеризують такі показники як номенклатура і асортимент.

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

Асортимент являє собою сукупність різновидів продукції в середині номенклатури, які відрізняються відповідними техніко-економічними показниками (типорозмірами, потужністю, продуктивністю, дизайном тощо).

5. Товарна, валова, реалізована і чиста продукція підприємства.

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

Товарна продукція є практично скрізь застосовуваним вартісним показником, що дозволяє підсумовувати виготовлення різних видів продукції і завдяки цьому визначати загальний обсяг виробництва на тому чи іншому підприємстві, а також обчислювати ряд макроекономічних та узагальнюючих похідних показників економічного розвитку. Вона являє собою загальну вартість усіх видів готової продукції, напівфабрикатів, робіт і послуг виробничого характеру, що призначені для продажу стороннім споживачам.

Показник ***валової продукції***, окрім елементів, які входять до складу товарної продукції, включає також зміну залишків незавершеного виробництва протягом розрахункового періоду, вартість сировини і матеріалів замовника та деякі інші елементи в залежності від галузевих особливостей виробничої діяльності підприємства.

Реалізована продукція – це товарна продукція, яка фактично відвантажена й оплачена споживачем продукції підприємства за певний (плановий) період.

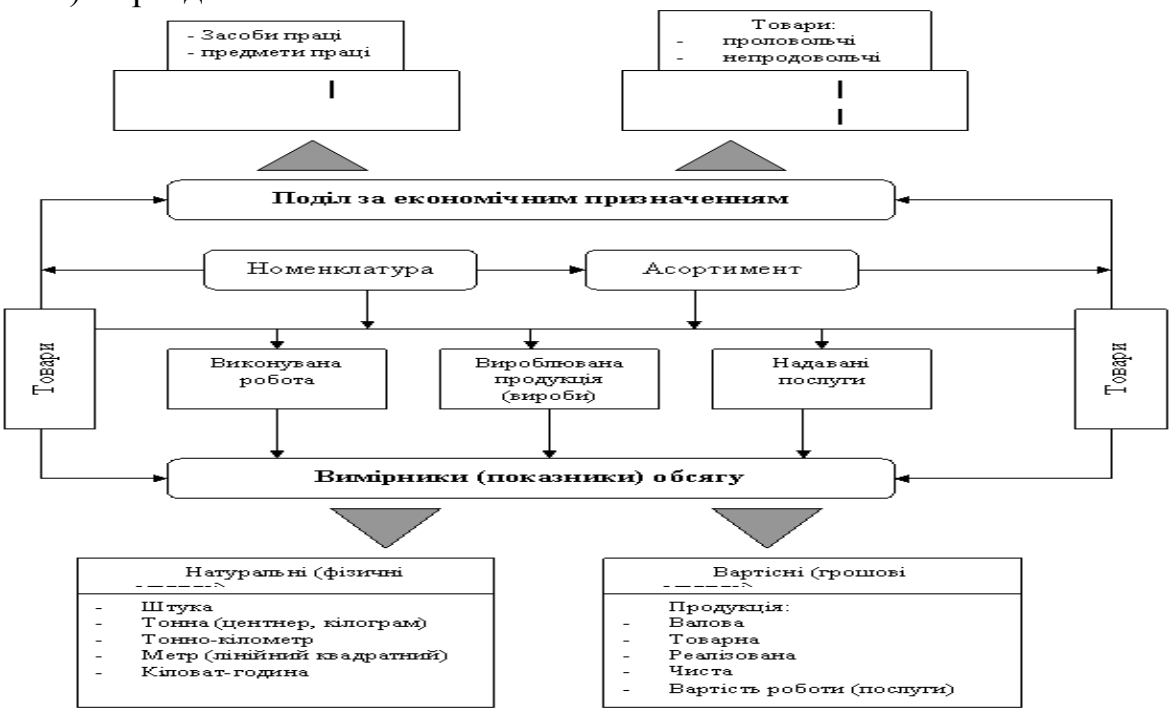


Рис. 6.1. Схема поділу продукції підприємства.

З метою більш повної характеристики динаміки виробництва продукції та показників його ефективності (перш за все продуктивності праці) при складанні виробничої програми підприємства роблять також розрахунки ***чистої продукції***. Вихідною базою для її обчислення слугує обсяг товарної продукції, з вартості якої вилучають матеріальні витрати і суму амортизаційних відрахувань, тобто вартість так званої уречевленої праці і цим самим

елімінують вплив останньої на величину загальної вартості вироблюваної підприємством продукції. За своїм економічним змістом показник чистої продукції відображає новостворену на підприємстві вартість і завдяки цьому характеризує результати використання виключно власного трудового потенціалу. Саме тому показник чистої продукції рекомендован для об'єктивної оцінки рівня ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства.

Контрольні питання

1. Що являє собою ринок як особлива соціально-економічна структура?
2. Перелічити функції ринку в економічній системі.
3. Розкрити сутність кожної функції ринка.
4. Хто є суб'єктами ринкових відносин?
5. Що є об'єктами ринкових відносин?
6. Охарактеризувати структуру ринка та назвати основні його види.
7. Як називається продукція в залежності від ступеня її обробки?
8. Яка продукція відноситься до групи «А» і яка до групи «Б»?
9. Що таке номенклатура і асортимент продукції?
10. Які показники є вимірниками обсягу продукції у вартісному вираженні?

Тести

1. Яка функція ринку полягає у наданні об'єктивної інформації про витрати виробництва, кількість, якість та асортимент тих товарів і послуг, що виробляються?

а) техніко-економічна;
б) інформативна;
в) регулювальна;
г) інтегруюча.

2. Сануюча функція ринка полягає у наступному:

а) спрямованні зусиль підприємців на випуск тих товарів, які користуються попитом з метою отримання максимального прибутку;
б) забезпеченні руху товарів і послуг від виробника до споживача;
в) розвику системи горизонтальних і вертикальних ринкових зв'язків, що робить економіку країни єдиним цілим;
г) звільненні суспільного виробництва від економічно слабких, нежиттєздатних підприємств.

3. Суб'єктами ринкових відносин є:

а) держава;
б) засоби виробництва;
в) нерухомість;
г) споживачі.

4. Об'єктами ринкових відносин є:

а) предмети споживання;

б) інформація;
в) виробники;
г) природні ресурси.

5. Ринок з великою кількістю незалежних виробників однорідних товарів, які не в змозі впливати на рішення один одного, на рівень цін, має назву:
а) вільний;
б) монополізований;
в) регульований;
г) олігопольний.

6. Типовою тенденцією розвитку сучасного ринку є:
а) глобалізація;
б) поява у його структурі малих підприємств;
в) зростання в його структурі ролі платних послуг, патентів, ліцензій;
г) зростання антимонопольного державного регулювання.

7. Сукупність економічних відносин між різними суб'єктами господарської діяльності щодо організації купівлі-продажу і використання ліцензій, патентів – це:
а) страховий ринок;
б) ринок інформації;
в) ринок інтелектуального капіталу;
г) фінансовий ринок.

8. Готова продукція, що надійшла у споживання або як засіб виробництва, або як предмет споживання, має назву ... продукція.
а) сировинна;
б) кінцева;
в) проміжна;
г) валова.

9. До продукції групи «А» відносять:
а) верстати;
б) машини;
в) хлібобулочні вироби;
г) трикотажні вироби.

10. Продукція, яка фактично відвантажена підприємством і оплачена споживачем за певний період часу, називається:
а) товарна;
б) валова;
в) реалізована;
г) чиста.

7. ТОВАРНА, ЗБУТОВА, КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА

1. Товарна політика та її основні напрями.
2. Сутність та цілі збутової політики.
3. Сутність та цілі комунікаційної політики.

Дослідження ринку товарів і послуг з метою забезпечення найкращих умов їх реалізації та отримання максимального доходу – це окремий напрям діяльності підприємства, що має назву маркетинг. Основні складові маркетингової діяльності – це розроблення:

- товарної політики;
- збутової політики;
- комунікаційної політики.

1. Товарна політика та її основні напрями.

Товарна політика – це сфера діяльності підприємства, яка спрямована на обґрунтування рішень щодо визначення товарного асортименту, товарної номенклатури, використання торгових марок, упакування, сервісних послуг та каналів розподілу товару.

Основні напрями товарної політики:

- асортиментна політика;
- поліпшення якості та дизайну продукції;
- створення ринкової атрибутики товару;
- цінова політика.

Асортиментна політика. Проведення ефективної товарної політики на підприємстві залежить від успішного розв'язання двох великих проблем:

1) раціональної організації роботи в межах існуючої номенклатури товарів з урахуванням стадій їх життєвого циклу;

2) завчасного розроблення нових товарів для заміни тих, які підлягають зняттю з виробництва і виведенню з ринка.

Життєвий цикл товару – це концепція, що визначає послідовність періодів існування товару, протягом яких товар продається на ринку. Життєвий цикл товару включає кілька стадій: народження і впровадження, зростання, зрілість (насичення), старіння, занепад. На кожній стадії життєвого циклу продукції різні обсяги її виробництва та реалізації (рис. 7.1).

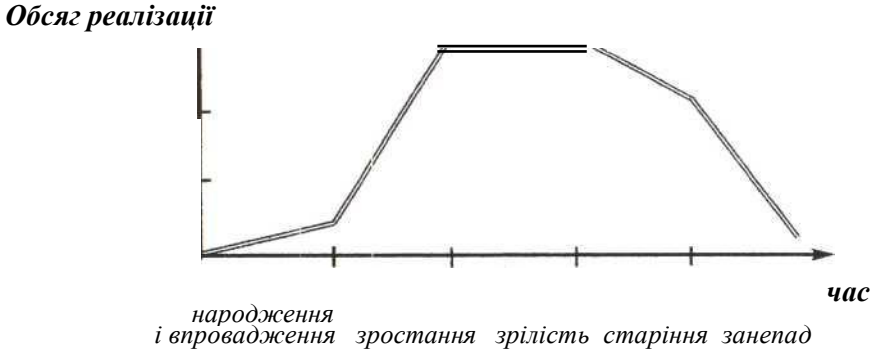


Рис. 7.1. Графік обсягів реалізації продукції від стадії життєвого циклу.

На кожному етапі товар по-різному рекламується, продається, має різну ціну. Динаміка обсягів реалізації і прибутків залежно від етапів (стадій) життєвого циклу товару наступна (рис. 7.2):

Обсяг реалізації, прибуток,

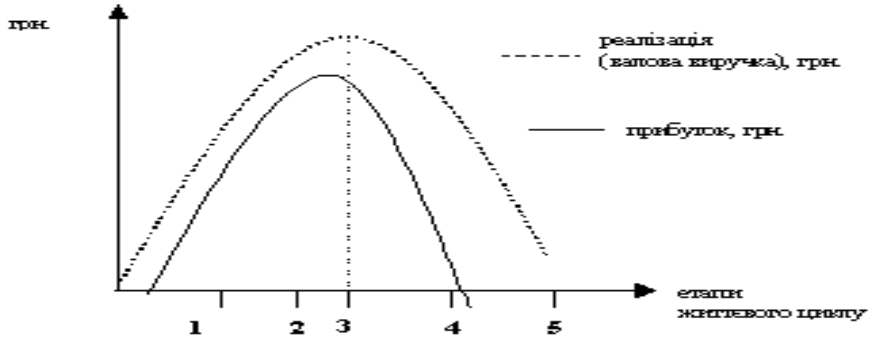


Рис. 7.2. Графік залежності прибутку від етапів життєвого циклу продукції підприємства.

1 – етап народження і впровадження**.** Поява товару на ринку у вигляді дослідної (пробної) партії; обсяг продажу невеликий, прибуток на одиницю продукції невисокий. З метою залучення покупців збільшуються витрати на рекламу та сервісне обслуговування.

2 – етап зростання попиту, поступове визнання товару покупцями, швидке зростання обсягу реалізації, одержання найбільших доходів, поступова стабілізація витрат на рекламу.

3 – етап зрілості**.** Період повного задоволення попиту на даний товар. Зменшуються витрати на рекламу і одночасно знижуються темпи зростання попиту. Рівень прибутку – найвищий. Для підтримки рівня попиту на товар поліпшують його якість та сервісне обслуговування, знижують ціни.

4 – етап старіння та занепаду, на якому вже неможливо знайти нові групи споживачів товару, стає необхідним знижувати ціну на нього, щоб утримати покупців, доходи і прибуток суттєво зменшується. У цій ситуації підприємство має або вдосконалювати таку продукцію, або зняти її з виробництва.

Створення і введення на ринок нового товару, безумовно, потрібне, але пов'язане з ризиком. Закордонна практика свідчить, що на ринку товарів широкого вжитку зазнає невдачі 40% усіх нових товарів, які пропонуються, на ринку товарів промислового споживання – 20%, а на ринку послуг – 18%. Основними причинами невдач є помилки у визначенні розміру попиту, неефективна рекламна діяльність, слабкі зусилля щодо формування попиту і стимулювання збуту, завищені ціни, дії конкурентів у відповідь, невдало вибрані місце й час виходу товара на ринок тощо.

Товар має відповідати потребам, які формуються у потенційних покупців під час виведення його на ринок. Це потребує передбачення нових

споживацьких потреб і скорочення часу між висуванням нових ідей, втіленням їх у виробничу практику і пробним продажем цього товару. Ці ідеї реалізуються з урахуванням сучасних вимог ***якості і дизайну***, а під них розробляються й відповідні стратегії.

Для зазначення якості продукції використовують такі загальні показники якості:

- сортність (легка, харчова, хімічна, металургійна та інші галузі промисловості);
- марочність (харчова, промисловість будівельних матеріалів);
- вміст корисних речовин або шкідливих домішок (у % до загальної маси);
- термін служби (ресурс) і надійність.

Розроблення ринкової атрибутики товару. Ринкова атрибутика (товарна марка, упаковка, маркування) має супроводжуватися визнанням якості пропонованого товару.

Товарна марка – це назва, знак, символ, малюнок чи їх комбінація, призначені для ідентифікації продукту даного виробника і служать для відокремлення даного товару від подібних товарів фірм-конкурентів.

Упаковка – це оболонка, тара для зберігання й транспортування товару. Сучасна упаковка забезпечує захист товару від псування та пошкоджень при транспортуванні, складуванні, навантаженні та розвантаженні, а також слугує носієм інформації про товар, тобто виступає в ролі "рекламного агента" виробника.

Маркування товару сприяє оперативності товарообороту, спрощенню складського обліку, контролю за переміщенням продукції як у середині підприємства, так і за його межами. Маркування дозволяє з легкістю ідентифікувати товари (навіть ті, що знаходяться, наприклад, у коробках і мішках) обліковувати їх під час вантажно-розвантажувальних робіт або відпускати зі складу, оцінювати й переоцінювати.

Сучасне маркування передбачає також нанесення на етикетку штрих-коду, який зчитується за допомогою лазера і дозволяє контролювати країну-виробника, найменування товару, дату його випуску тощо.

Цінова політика – це мистецтво управляти цінами і ціноутворенням, мистецтво встановлювати на товари ціни, варіювати їх залежно від положення товару і фірми на ринку, щоб встановлені цілі фірми були безумовно досягнуті. Цінова політика має визначати ціну товара залежно від ринків збуту, життєвого циклу товару, дій конкурентів та зміни загальної кон’юнктури. Стратегічний підхід фірми до проблеми ціноутворення багато в чому залежить і від етапів життєвого цикла товару.

Види цінової політики:

1. «Ціновий лідер» – тип цінової політики, характерний для великих підприємств, що володіють значною часткою ринків, зумовлюючи монопольно високі ціни.

2. «Слідування за лідером» – тип цінової політики, характерний для невеликих підприємств, які не володіють вагомою часткою ринка, випускають

подібну до лідера продукцію і використовують ціни, схожі на лідерські (по суті дублюють комерційну діяльність лідера).

3. «Кидання виклику» або «Атака на лідера2 – це тип цінової політики для підприємства, яке прагне зайняти на ринку позиції лідера щодо обсягів продажу, тому різко знижує ціни.

Деякі *методи ціноутворення:*

1. Метод «Середні витрати плюс прибуток». Ціна виробу утворюється шляхом додавання витрат, які склалися у виробника, і бажаної величини прибутка.

2. Метод отримання цільового прибутку – грунтується на встановленні ціни залежно від бажання виробника отримати фіксовану суму прибутка, продаючи певну кількість товару. Завданням підприємства-виробника є визначення такого обсягу продажів, щоб отримати змогу виручкою покрити витрати і забезпечити фіксовану суму прибутка.

3. Метод ціноутворення з орієнтуванням на ціннісну значущість товару означає, що в його основу покладено значущість товару, яка відчувається покупцем, і його готовність сплатити за неї певну суму грошей.

Зазвичай виокремлюють три рівні ціни і три рівні якості. Відповідно підприємство має вибрати одну з таких цінових стратегій:

Таблиця 7.1

Матриця стратегічного набору підприємства в залежності від співвідношення «ціна-якість».

Якість	***Ціна***		
	Висока	***Середня***	***Низька***
Висока	Стратегія преміальних націнок	Стратегія глибокого проникнення на ринок	Стратегія підвищення ціннісної значущості
Середня	Стратегія завищеної ціни	Стратегія середнього рівня	Стратегія доброякісності значущості
Низька	Стратегія пограбування	Стратегія показного блиску	Стратегія низької ціннісної значущості

Стратегія преміальних націнок – орієнтована на споживачів, які мають високі доходи і передбачає «преміювання» покупця високою якістю, а продавця – високою ціною товара.

Стратегія глибокого проникнення на ринок – дає змогу зацікавити споживачів завдяки високій якості товару і помірній ціні.

Стратегія підвищення ціннісної значущості (висока якість) і стратегія доброякісної значущості (середня якість) за низької ціни на товар є надзвичайно вигідними для покупців і дозволяють підприємствам вирішити дві важливі проблеми: завоювати ринок або збільшити свою частку на ньому.

Стратегія завищеної ціни – (середня якість – висока ціна) хоча й дозволяє фірмі звести до мінімуму витрати на етапі впровадження, проте приховує певний ризик, що висока ціна зашкодить попиту.

Стратегія середнього рівня – передбачає встановлення середніх цін на товари середньої якості.

Стратегія пограбування (висока ціна) і стратегія показного блиску (середня ціна) за низької якості товару криє в собі загрозу втратити покупця в майбутньому.

Стратегія низької ціннісної значущості – передбачає встановлення справедливо низької ціни на товари низької якості.

4. Метод ціноутворення з орієнтуванням на конкуренцію.

Орієнтація на конкуренцію при ціноутворенні відбувається тоді, коли вироблені фірмою товари знаходяться на ринку чистої конкуренції (частіше за все це сільськогосподарські товари, харчові продукти, сировинні матеріали) або на олігополістичному ринку (сталь, алюміній, папір, комп'ютери тощо). Тобто при встановленні цін фірма виходить виключно з рівня цін товарів-конкурентів і намагається встановити свою ціну трохи вище/нижче або на рівні конкурентів.

2. Сутність та цілі збутової політики.

Вибір шляхів збуту товарів (послуг) – дуже важливе завдання підприємства-виробника. ***Збутова політика*** має два основних напрями: формування каналів збуту і логістизація системи товаропросування.

1. Формування каналів збуту. Канали збуту – це сукупність організацій або окремих осіб, які беруть на себе або допомагають передати іншому суб'єкту право власності на конкретний товар на його шляху від виробника до споживача. Канали збуту мають певну довжину і ширину:

- довжина каналу збуту (кількість учасників збуту або посередників у всьому збутовому ланцюжку: наприклад, «виробник-споживач», «виробник-роздрібний торговець-споживач» тощо);
- ширина каналу збуту (кількість незалежних учасників збуту на певному етапі збутового ланцюжка).

2. Логістизація системи товаропросування.

Товаропросування – діяльність підприємства з планування, реалізації і контролю переміщення товарів від виробника до споживача. Отже, комплекс елементів товаропросування включає транспортування і зберігання товарів.

Підприємство має чітко сформулювати цілі системи товаропросування на основі вивчення потреб клієнтів і пропозицій конкурентів. Наприклад, споживачів цікавить своєчасна доставка товару, або готовність постачальника задовольнити екстрені потреби клієнта, або готовність прийняти назад дефектні товари і швидкість їх заміни тощо.

Система товаропросування має давати відповіді на таке коло питать:

- Де розмістити зовнішні склади?
- У яких кількостях зберігати запаси готової продукції, як часто їх поповнювати?
- Яким транспортом перевозити готову продукцію?
- Яким маршрутом економніше переміщувати готову продукцію на склади?

3. Сутність та цілі комунікаційної політики.

Комунікаційна політика – це діяльність підприємства, спрямована на планування та здійснення його взаємодії з усіма суб'єктами маркетингової системи на основі використання комплексу комунікаційних засобів. Успішна комунікаційна політика має забезпечувати стале й ефективне формування попиту і пропозиції товарів (послуг) на ринку з метою задоволення потреб споживачів і отримання прибутку.

Основними інструментами маркетингових комунікацій є реклама, персональний продаж, стимулювання збуту, особистий продаж, «паблік рілейшнз», прямий маркетинг тощо.

Основні види *рекламних* засобів:

- реклама у пресі (об'ява, стаття, рекламний огляд);
- друкована реклама (каталог, проспект, буклет, плакат, афіша);
- аудиовізуальна реклама (кінофільм, відеофільм, слайдфільм);
- радіореклама (радіооб'ява, радіоролік, радіожурнал);
- телевізійна реклама (телефільм, телевізійні ролики, телезаставки, телерепортаж);
- виставка та ярмарок (національні, міжнародні, постійно діючі експозиції);
- рекламний сувенір (фірмовий сувенірний виріб, подарунковий виріб у фірмовому упаковочному матеріалі);
- зовнішня реклама (рекламний щит, світлова вивіска, рекламний транспорант, електронне табло (екран), реклама на транспорті, віконна вітрина, рекламно-інформаційне оформлення фасадів магазинів);
- комп'ютеризована реклама (реклама в мережі Інтернет).

Персональний продаж – представлення товару одному чи кільком потенційним клієнтам, здійснюване в процесі безпосереднього спілкування, метою якого є продаж і встановлення тривалих взаємин з даними клієнтами. Прикладами таких комунікацій можуть бути телефонні переговори регіональних представників фірми-виробника з місцевими компаніями чи підприємствами роздрібної торгівлі, вибіркові дзвінки потенційним покупцям безпосередньо додому, продаж товарів за телефонними замовленнями. Наприклад, саме так працюють відомі фірми-дистриб'ютери комтетики як Oriflame, Mary Kay, Zepter та ін.

Стимулювання збуту – маркетингова діяльність, що стимулює покупки споживачів і ефективність дилерів,шляхом проведення виставок, публічних демонстрацій. Основними прийомами є:

1) мерчандайзинг – спеціальне оформлення місця продажу;
2) покупка з подарунком;
3) покупка зі знижкою за купонами;
4) змагання, розіграші, лотереї, конкурси;
5) дегустація товару тощо.

Паблік рилейшнз як робота з громадськістю є передумовою та важливою комунікаційною складовою маркетингу. Основна мета паблік рилейшнз – це

майстерне поєднання соціальних, політичних і психологічних факторів суспільства у спосіб, сприятливий для успіху фірми та її продукції, забезпечення необхідної реакції суспільства. Основними прийомами є: презентації, прийоми, конференції, дні відкритих дверей, круглі столи, телевізійні дебати, виставки. Крім того, ведеться систематична робота з громадськістю через засоби масової інформації (інтерв'ю, прес-релізи, прес-конференції, листи до редактора, огляди, коментарі тощо).

Прямий маркетинг – це маркетингова діяльність, яка створює та використовує прямі зв'язки щодо купівлі-продажу між виробниками, посередниками і фактичними або потенційними покупцями. Прямий маркетинг може відбуватися поштою, за каталогами, з використанням телефонних, телевізійних або електронних мереж (через Інтернет).

Контрольні питання

1. Перелічити основні напрями маркетингової діяльності.
2. Яка сутність товарної політики? Які її складові?
3. Пояснити суть терміну "життєвий цикл товару".
4. Чому важливо розробляти ринкову атрибутику товара?
5. Які існують види цінової політики?
6. Охарактеризувати основні напрями збутової політики.
7. Яка роль маркетингових комунікацій у ринковому середовищі?
8. Перелічити основні інструменти маркетингових комунікацій.
9. Пояснити суть основних видів рекламних засобів.
10. Які засоби застосовують підприємства для стимулювання продажів?

Тести

1. Який вид економічної політики підприємства не відноситься до маркетингової діяльності?
   а) товарна;
   б) фінансова;
   в) комунікаційна;
   г) інвестиційна.
2. До основних складових товарної політики відносять:
   а) асортиментну політику;
   б) політику щодо якості та дизайну виробів;
   в) товаропросування;
   г) рекламу.
3. Товарна марка, упаковка, маркування – це елементи ... товару.
   а) обліку;
   б) товаропросування;
   в) іміджу;
   г) ринкової атрибутики.
4. Який елемент ринкової атрибутики товару сприяє оперативності товарообороту і спрощенню складського обліку?
   а) упаковка;

б) тара;
в) маркування;
г) товарна марка.

5. Сполучення середньої якості товару з його високою ціною передбачає використання цінової стратегії ...
а) завищеної ціни;
б) показного блиску;
в) пограбування;
г) глибокого проникнення на ринок.

6. Стратегія ... орієнтована на споживачів, які мають високі доходи і передбачає «преміювання» покупця високою якістю, а продавця – високою ціною товара.
а) підвищення ціннісної значущості;
б) преміальних націнок;
в) завищеної ціни;
г) доброякісної значущості.

7. Сукупність організацій або окремих осіб, які беруть на себе право власності на конкретний товар на шляху його просування від виробника до споживача утворюють:
а) посередницькі структури;
б) підприємницькі асоціації;
в) канали збуту;
г) товарні біржі.

8. Комплекс елементів товаропросування включає ... товару:
а) пакування;
б) маркування;
в) транспортування;
г) зберігання.

9. Представлення товару одному чи кільком потенційним клієнтам, здійснюване в процесі безпосереднього спілкування – це ...
а) прямий маркетинг;
б) реклама;
в) персональний продаж;
г) паблік рилейшнз.

10. Маркетинг, який відбувається поштою, за каталогами, з використанням телефонних, телевізійних або електронних мереж, має назву:
а) прямий маркетинг;
б) реклама;
в) персональний продаж;
г) стимулювання збуту.

8. ПРОГНОЗУВАННЯ І ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1. Сутність, типи і принципи прогнозування.
2. Методи прогнозування.
3. Планування діяльності підприємства.
4. Методи планування.
5. Види планів.

1. Сутність, типи і принципи прогнозування.

Розвиток підприємства має бути прогнозованим і керованим. Тому виробничо-господарська діяльність підприємства передбачає побудову збалансованої системи прогнозів і планів на довго-, середньо- і короткострокову перспективу. Персонал повинен знати, до яких цілей прагне підприємство, якими шляхами досягатимуться встановлені цілі, які завдання в загальній системі виконуватиме кожен підрозділ і кожен працівник.

Під **прогнозуванням** будемо розуміти процес передбачення майбутнього стану внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства, який базується на наукових методах та інтуїції, тобто процес обгрунтування кількісних і якісних змін його розвитку в майбутньому.

Прогнозування, з одного боку, передує плануванню, а з іншого – є його складовою, оскільки використовується на різних стадіях планової роботи, наприклад, на стадії аналізу зовнішнього середовища і визначення передумов для формування стратегій.

У практичній діяльності підприємства використовують такі *типи (основні підходи) прогнозування*:

а) прогнозування, яке ґрунтується на творчому передбаченні майбутнього, використовуючи інтуїцію;

б) пошукове прогнозування – це спосіб наукового прогнозування від даного моменту до майбутнього. Воно спирається на наявну інформацію. Пошукове прогнозування може бути традиційним (коли прогноз є певною екстраполяцією минулого в майбутнє) і альтернативним (коли існує кілька варіантів розвитку підприємства з урахуванням змін зовнішнього і внутрішнього середовища).

в) нормативне або нормативно-цільове прогнозування полягає в тому, що спочатку визначаються загальні цілі, орієнтири на майбутнє, а вже потім оцінюється розвиток підприємства, виходячи із встановлених цілей. В даному випадку застосовуються переважно якісні методи дослідження, оскільки здебільшого підприємство не володіє необхідними вихідними даними.

Результатом прогнозування є прогнози, які можуть бути коротко-, середньо- і довгостроковими (за часом охоплення), пошуковими, нормативними (за використаними методами), пасивними і активними (за можливостями впливу підприємства на майбутнє).

Найчастіше на підприємствах розробляють:

1. Економічні прогнози мають здебільшого загальний характер і вживаються для опису стану конкретного підприємства.

2. Прогнози розвитку конкуренції характеризують можливу стратегію і тактику дій конкурентів, їх частку на ринку тощо.

3. Прогнози розвитку технології характеризують перспективи розвитку технологій.

4. Прогнози стану ринку використовують для аналізу ринку товарів.

5. Соціальні прогнози характеризують питання, пов'язані зі ставленням людей до тих чи інших виробничих, трудових аспектів діяльності.

Прогнозування базується на таких ***принципах***:

- *системності* – передбачає наявність єдиного об'єкта як сукупності елементів прогнозування і потребує взаємоузгодженості прогнозів об'єкта прогнозування та зовнішніх умов;
- *варіантності* – потребує розробки різних варіантів прогнозу, виходячи з прогнозу змін зовнішніх умов;
- *безперервності* – передбачає узгодженість планування і перспективного прогнозування за умов визначальної ролі останнього, потребує коригування прогнозів мірою надходження нових даних;
- *наукової обґрунтованості і достовірності* – потребує достовірності, точності й обґрунтованості прогнозів;
- *опису об'єкта* як цілісного явища і водночас як елемента складнішої системи;
- *інформаційної єдності*;
- *адекватності* об'єктивним закономірностям розвитку суспільства;
- *альтернативності* – виявлення можливостей розвитку об'єкта за умови різних траєкторій розвитку підприємства, з урахуванням різноманітних взаємозв'язків і структурних співвідношень при зміні вихідних умов.

2. Методи прогнозування.

В економічному прогнозуванні використовують такі дві групи методів прогнозування:

1. Евристичні методи. В їх основу покладено використання логічних прийомів, методичних правил, підходів.

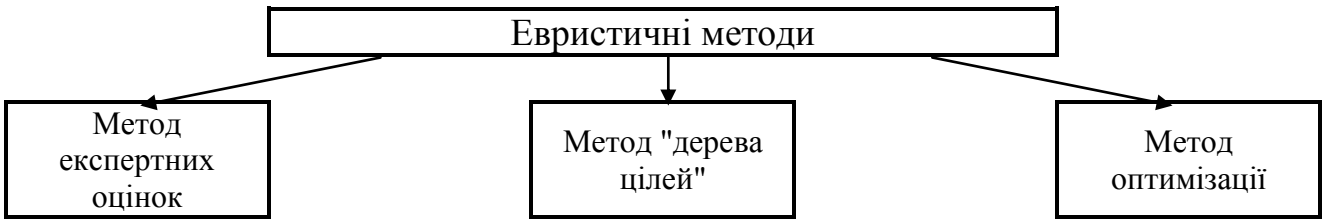


Рис. 8.1. Евристічні методи економічного прогнозування.

Метод експертних оцінок – носить якісний характер. До індивідуальних експертних оцінок відносять методи сценаріїв, "інтерв'ю", аналітичних

доповідних записок. Колективні експертні оцінки включають методи "комісій" (круглого столу), "мозкової атаки" (колективна генерація ідей шляхом проведення дискусій), метод Дельфі (анкетне опитування фахівців у певній галузі знань, яке часто має ітераційний характер).

Метод "дерева цілей". Використовується тоді, коли необхідно всю сукупність завдань поділити на окремі підзавдання, обгрунтувавши й оцінивши зв'язки між ними.

Метод оптимізації. Дає можливість врахувати максимально можливу кількість чинників, що впливають на техніко-економічні показники роботи підприємства і на цій основі вибрати найкращий варіант прогнозу. 2. Фактографічні методи. В їх основу покладено використання фактичних матеріалів, які задають характеристику змін досліджуваного об'єкта.

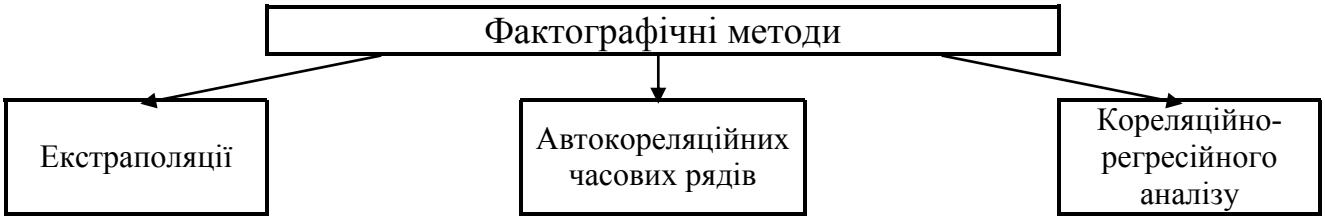


Рис. 8.2. Фактографічні методи економічного прогнозування.

Метод екстраполяції. Базується на статистичному спостереженні динаміки певного показника, визначенні тенденцій його розвитку і поширенні цієї тенденції на майбутній період.

Метод автокореляційних часових рядів. Автокореляція – це явище, яке вказує на інерційність або циклічність процесів, які відбуваються в економіці, показує взаємозв'язок послідовних елементів часового ряду даних. Метод полягає в аналізі досліджуваних часових рядів і побудові на його основі певної математичної моделі, яка й використовується у прогнозуванні.

Метод кореляційно-регресійного аналізу характеризує пошук кількісних значень параметрів результуючих показників у залежності від зміни інших факторів-аргументів, які описують зв'язок одного показника з іншим.

3. Планування діяльності підприємства.

Планування – це процес визначення цілей і вибору оптимального шляху їх досягнення, визначає сукупність дій персонала підприємства щодо встановлення конкретних завдань, напрямів, темпів і пропорцій розвитку. В умовах ринкової економіки до основних принципів планування на підприємстві можна віднести наступні (рис. 8.3).

Принцип ефективності (оптимальності) планів – передбачає ефективне використання ресурсів. Характеризує те, на скільки даний план сприяє досягненню цілей підприємства, якщо враховувати витрати та інші супутні небажані наслідки, пов'язані із складанням і здійсненням цього плану.

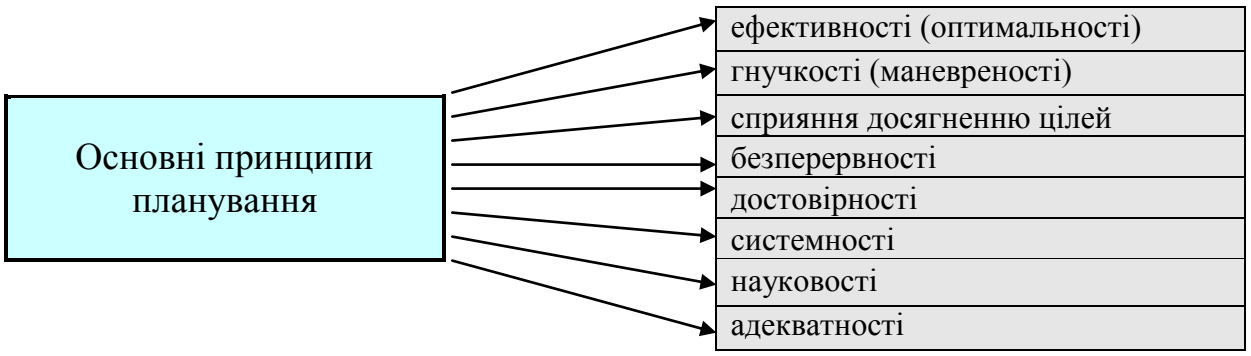


Рис. 8.4. Основні принципи планування.

Принцип гнучкості (маневреності) планів – стверджує, що плани не є стандартними раз і назавжди даними, а їх можна змінювати, коригувати відповідно до змін внутрішньої і зовнішньої ситуації. Чим більшої гнучкості можна надати планам, тим менша ймовірність понесення збитків внаслідок виникнення непередбачених подій.

Принцип сприяння досягненню цілей – мета розробки планів – це сприяти реалізації основної мети функціонування підприємства.

Принцип безперервності планування реалізується з допомогою використання системи довго-, середньо-, короткострокових перспективних планів, поточних планів й оперативно-виробничих планів.

Принцип достовірності передбачає використання у процесі планування достовірної інформації.

Принцип системності означає, що плануванням мають бути охоплені всі структурні підрозділи і при цьому бути враховуваними як зовнішні, так і внутрішні фактори, що обумовлюють зміну ситуації.

Принцип науковості базується на відображенні в планах дій підприємства об'єктивних економічних законів, на використанні знань спеціальних економічних наук.

Принцип адекватності передбачає адаптацію системи планування до реальних умов діяльності підприємства.

Позитивні моменти планування:

- дає орієнтири майбутнього стану організації;
- сприяє вирішенню проблем, які виникають в процесі роботи;
- стимулює організацію, координацію та мотивацію праці;
- породжує корисну інформацію на основі сигналів зворотного зв'язку про фактичний стан керованих об'єктів;
- вимагає підвищення кваліфікації персоналу;
- робить необхідним контроль виконаних завдань, облік і аналіз.

Відсутність системи планування матиме такі наслідки:

- нерозуміння персоналом мети, до якої прагне організація;
- втрата орієнтації в конкурентному середовищі;
- короткостроковий характер рішень управлінського персоналу;

- помилкові рішення в тактиці – наслідок відсутності стратегії (хаотичність і непослідовність дій);
- інертність персоналу щодо пізнання ринкового механізму та вироблення лінії поведінки на ринку;
- здійснення обліку і контролю формально, без аналізу наслідків роботи.

Ринкова економіка вносить докорінні зміни в зміст, структуру і порядок розробки планів, а саме:

- плани розробляються підприємствами самостійно, використовуючи об'єктивні вхідні дані; в основі їх розробки лежить величина попиту на конкретну продукцію, яка потім трансформується у план виробництва і визначає зміст договорів на поставку сировини, матеріалів, продукції, що укладаються між окремими підприємствами або між підприємствами і державою.
- основними показниками планів стають натуральні, якісні, кінцеві показники діяльності підприємств, оскільки для задоволення потреб споживачів потрібна не продукція взагалі, а продукція конкретної номенклатури, високої якості, яка б забезпечувала її конкурентоспроможність і виживання підприємств-виробників у конкурентній боротьбі.

4. Методи планування.

Методи планування – це засоби, з допомогою яких можна реалізувати принципи планування.

Нормативний метод дозволяє забезпечувати розрахунок величини показників з допомогою цілісної системи норм і нормативів (норм витрат матеріальних, паливно-енергетичних ресурсів, затрат часу, фінансових норм і нормативів). Важливою вимогою при розробці планів є застосування прогресивних норм і нормативів.

Суть *балансового* методу зводиться до використання в планових розрахунках певної системи балансів, оскільки з їх допомогою забезпечується збалансованість потреб в ресурсах і джерелах їх покриття.

Економіко-математичні методи використовуються в тих випадках, коли треба здійснити оптимізацію плану підприємства, тобто із багатьох варіантів плану вибрати найкращий з точки зору прийнятого критерію оптимізації.

Суть *графо-аналітичних* методів зводиться до використання графіків і діаграм при розрахунку певної системи показників.

5. Види планів.

Кожен вид плану має свої особливості щодо змісту, конкретної технології складання, сукупності розрахункових техніко-економічних показників (рис. 8.5.).

Рис. 8.5. Класифікація видів планів підприємства.

У вітчизняній практиці склалася певна система планування, кожен різновид якої має свої особливості щодо змісту, конкретної технології розрахунку техніко-економічних показників.

Стратегічний план – це сукупність взаємоузгоджених заходів і дій, що відображають довгострокові цілі та основні напрямки діяльності з обґрунтуванням ресурсного забезпечення. Стратегічний план розробляється на перспективу від 5 і більше років. Етапи стратегічного планування:

1. Формування стратегічних цілей діяльності підприємства.
2. Аналіз середовища та ринкових чинників (попиту, пропозиції, рівня конкуренції).
3. Вибір генеральної стратегії і аналіз стратегічних альтернатив.
4. Оцінка підприємницького потенціалу і перспектив розвитку підприємства, їх адекватності цілям діяльності.
5. Розробка ресурсних і функціональних субстратегій підприємства.
6. Практична реалізація плану, контроль і оцінка соціально-економічних результатів.

Основними розділами стратегічного плану є:

- план маркетингу;
- план виробництва;
- план кадрового забезпечення;
- фінансовий план.

Тактичний план відрізняється від стратегічного метою розробки, змістом, часом, охопленням сфер впливу. Тактичний (поточний) план деталізує стратегічний, однак сфера його спрямованості вужча. Тактичний план регулює діяльність підприємства, як правило, на 1 рік по закупівлях сировини, по виробництву продукції, по збуту, по фінансових питаннях. Такий період часу дозволяє швидко впроваджувати досягнення НТП у виробництво, швидко бачити очікуваний результат, швидко виявляти відхилення від плану і вживати заходи щодо їх усунення. Організаційне керівництво розробкою тактичного

плану на підприємстві здійснює директор, а методичне – начальник планово-економічного відділу або головний економіст. Хоча участь у розробці такого плану приймають всі виробничі підрозділи.

Етапи розробки тактичного плану:

1. Аналіз результатів підприємницької діяльності.
2. Розробка заходів щодо підвищення підприємницького успіху.
3. Вивчення ринку і формування портфелю замовника, укладання угод.
4. Обґрунтування окремих розділів плану.
5. Розгляд проекту плану радою трудового колективу.
6. Доведення техніко-економічних показників до внутрішніх підрозділів.

Основними розділами тактичного плану є:

- план маркетингу;
- план виробництва;
- план підвищення технічного рівня виробництва;
- план матеріально-технічного забезпечення;
- план по праці і заробітній платі;
- план по капітальному будівництву та інвестиційних ресурсах;
- план соціального розвитку колективу;
- план охорони навколишнього середовища;
- план по собівартості, прибутку, рентабельності;
- фінансовий план.

Оперативно-виробниче планування – це здійснення планових розрахунків з виробництва продукції на місяць, добу, зміну; розробка графіків, доведення завдань до внутрішніх структурних підрозділів. На великих підприємствах даним видом планів займається виробничо-диспетчерський відділ. Основним завданням оперативно-виробничого планування є забезпечення ритмічної роботи підприємства, що важливо для своєчасного виконання договірних зобов'язань.

Залежно від рівня планування розрізняють міжцехове і внутрішньоцехове оперативно-виробниче планування; від змісту робіт – календарне планування (складання графіків роботи) і диспетчеризація виробництва (контроль за виконанням завдань). Міжцехове оперативно-виробниче планування забезпечує координацію діяльності між окремими цехами підприємства (основними і допоміжними), а внутрішньоцехове – розробку календарних планів виробництва для дільниць, доведення завдань на кожен день і до кожного робочого місця.

Всю систему планових економічних показників планів можна класифікувати за такими взаємно-протилежними групами:

- натуральні – вартісні;
- кількісні – якісні;
- абсолютні – відносні
- обсягові – питомі;
- проміжні – кінцеві.

Контрольні питання

1. Що таке прогноз і яка його роль у плануванні діяльності підприємства?
2. Які різновиди прогнозів є найбільш вживаними на підприємстві?
3. Які основні підходи до прогнозування використовують у своїй практичній діяльності підприємства?
4. Перелічити основні принципи прогнозування.
5. Які методи прогнозування відносяться до фактографічних? до евристичних?
6. Які існують різновиди такого методу прогнозування як метод експертних оцінок?
7. Яка сутність процесу планування?
8. Які принципи планування вам відомі?
9. Що таке методи планування і які їх різновиди?
10. Які види планів складає підприємство в залежності від тривалості періода і реалізації поставлених завдань?

Тести

1. Економічні прогнози на підприємстві необхідні для ...

а) економії внутрішніх ресурсів;
б) визначення оптимальних шляхів розвитку;
в) встановлення цілей розвитку;
г) правильного вибору методів прогнозування.

2. Найбільш важливою інформацією щодо розвитку ринкової конкуренції для підприємства-виробника є:

а) стратегія і тактика діяльності конкурентів;
б) перспективи розвитку технологій на світовому ринку;
в) частка конкурентів на сегменті ринку, який цікавить даного виробника;
г) загальний стан внутрішнього ринку товарів та послуг.

3. Соціальне прогнозування досліджує ...

а) перспективи розвитку технологій;
б) відношення людей до виробничих проблем;
в) фінансовий стан конкретного підприємства;
г) конкурентоспроможність продукції підприємства.

4. Принцип прогнозування, що базується на відображенні в планах дій підприємства об'єктивних економічних законів, має назву принципа ...

а) науковості;
б) адекватності;
в) інформаційної єдності;
г) верифікованості.

5. Опис об'єкта як цілісного явища і водночас як елемента складнішої системи – це принцип ... у прогнозуванні.

а) варіантності;
б) системності;
в) безперервності;
г) альтернативності.

6. Метод прогнозування, який зводиться до використання графіків і діаграм при розрахунку певної системи показників, називається ...

а) нормативним;
б) балансовим;
в) економіко-математичним;
г) графо-аналітичним.

7. До позитивних моментів планування відносять такі:

а) нерозуміння персоналом мети, до якої прагне організація;
б) втрата орієнтації в конкурентному середовищі;
в) пошук альтернативних цілей і шляхів їх досягнення;
г) хаотичність, непослідовність тактичних дій підприємстіва.

8. До негативних моментів планування відносять:

а) планування орієнтирів майбутнього стану організації;
б) формальне здійснення обліку і контролю без аналізу наслідків роботи
в) сприяння вирішенню проблем, які виникають в процесі роботи;
г) стимулювання організації, координації та мотивації праці.

9. Міжцехове оперативно-виробниче планування забезпечує координацію діяльності шляхом ...

а) розробки календарних планів виробництва;
б) узгодженості дій між основними й допоміжними цехами підприємства;
в) узгодженості дій між підприємством та його суміжниками;
г) розробки посадових інструкцій для виробничого персонала.

10. Тактичні (поточні) плани здебільшого складаються на період ...

а) 5 років;
б) 1 рік;
в) місяць;
г) день.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВА

9. ОБГРУНТУВАННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ ПІДПРИЄМСТВА

1. Вхідна інформація для формування виробничої програми.
2. Основні кінцеві показники виробничої програми.
3. Етапи формування виробничої програми.

1. Вхідна інформація для формування виробничої програми

При плануванні виробничої програми підприємство має враховувати: дані про роботу у звітному періоді; прогноз потреби у продукції кожного виду; результати власного вивчення попиту на продукцію; наявність державного замовлення на виготовлення продукції; наявність договорів на виробництво й поставку продукції; ринкові ціни на ті види продукції, які випускає підприємство; дані про стан незавершеного виробництва та залишки готової продукції на складі.

Отже сформований портфель замовлень на випуск продукції складається з таких груп:

- продукція на державне замовлення;
- продукція на замовлення споживачів, торговельних та інших збутових організацій;
- продукція, випущена підприємством для вільного продажу на ринку;
- продукція, яка виготовляється для задоволення внутрішніх потреб підприємства.

Виробнича програма грунтується на маркетингових прогнозах обсягів продажу продукції підприємства, одним із яких є прогнозування перспективного попиту за допомогою коефіцієнта еластичності попиту за ціною.

Відомо, що еластичність попиту за ціною визначає чутливість покупців до зміни ціни, отже впливає на кількість товарів, яку вони можуть придбати. Еластичність попиту за ціною (E_p) визначається формулою:

$$E_p = \frac{Q_1 - Q_2}{Q_1 + Q_2} : \frac{P_2 - P_1}{P_2 + P_1} = \frac{Q_1 - Q_2}{P_2 - P_1} \cdot \frac{P_2 + P_1}{Q_1 + Q_2} \ , \qquad (9.1)$$

де Q_1, Q_2 – існуючий та новий (прогнозований) попит; P_1, P_2 – існуюча та нова ціна.

При плануванні виробничої програми послідовно враховують обмеження за ємністю ринка збуту (*планування продажів*), обмеження за виробничими потужностями (*планування виробництва*), обмеження за матеріальними ресурсами (*планування потреби в матеріалах*), а також обмеження, пов'язані зі специфікою діяльності (*специфікації*).

План продажів складають як мінімум раз на місяць на рівні товарно-номенклатурних груп. План продажів має узгоджувати потребу збута і можливості виробництва.

Специфікації містять інформацію про всі зборочні складові номенклатурних одиниць (напівфабрикати, деталі й матеріали), з яких виготовляють готову продукцію, із зазначенням норм їх витрат і ступеня відходності під час виготовлення.

План виробництва має забезпечити виконання встановленого плану продажів, виходячи з існуючого попиту. На основі даних о специфікаціях і технологічних маршрутах виготовлення виробів формується розгорнутий план виробництва основної продукції й напівфабрикатів з розбиттям його по виробничих цехах, підрозділах і робочих місцях. До основних складових плану з виробництва додаються такі.

1) Маршрутно-технологічні карти, які містять опис технологічних маршрутів, способів виробництва кожної номенклатурної одиниці із зазначенням переліку необхідних технологічних операцій, їх послідовності, використовуваних робочих місць, а також норм часу на підготовку і обробку.

2) План потреби у виробничих потужностях і трудових ресурсах, який дозволяє визначити кількість машинних і трудових ресурсів, необхідних для виконання виробничого плану. Вхідними даними для планування потреби в потужностях є позиції розгорнутого плану виробництва. Знання технологічних маршрутів виготовлення виробів та норм часу на здійснення тих чи інших технологічних операцій дозволяють перетворити ці позиції у години завантаження робочих центрів і окремих машин.

3) План потреби в матеріалах визначає кількість усіх видів сировини й матеріалів, необхідних для виробництва номенклатурних одиниць виробничого плану. При цьому обов'язково використовується інформація, зазначена у специфікаціях. Отриманий результат коригується на величину залишків матеріалів на складі або у виробництві.

4) План закупівель матеріальних ресурсів формується на основі плану потреб та інформації про основних постачальників матеріалів з урахуванням необхідності підтримки нормативних запасів сировини й матеріалів, із зазначенням дат, до яких вони мають бути придбані.

2. Основні кінцеві показники виробничої програми.

При плануванні обсягів виробництва продукції використовується система показників, що поділяються на натуральні й вартісні.

Натуральні показники виробничої програми використовуються при подальших розрахунках її ресурсного забезпечення: виробничої потужності, потреби у сировині, матеріалах та енергії, технологічному та транспортному устаткуванні тощо.

Вартісні показники використовуються для розрахунку обсягів товарної, валової та реалізованої продукції.

Обсяг ***товарної*** продукції підприємства, визначений за певний період часу включає вартість виробленої та призначеної для реалізації продукції (послуг) підприємства і має такі основні складники:

+ *вартість основної продукції, призначеної для реалізації* стороннім замовникам або своїм: капітальному будівництву, непромисловим господарствам;
+ *вартість неосновної продукції* власного виготовлення, продукції підсобних господарств, призначеної для відпуску на сторону;
+ *вартість робіт промислового характеру,* виконуваних на замовлення сторонніх споживачів (організацій, населення).

Обсяг ***реалізованої*** продукції підприємства, визначений за той самий період часу, включає вартість усієї продукції підприємства, яка була відвантажена і оплачена споживачами у зазначеному періоді часу і має такі складники:

+ *обсяг товарної продукції;*
± *зміна залишків готової продукції на складі на кінець розрахункового періоду* [зменшення додається, збільшення віднімається].

Обсяг ***валової*** продукції підприємства, визначений за той самий період часу, включає вартість усієї промислової продукції, послуг, робіт підприємства, вироблених у зазначеному періоді часу, незалежно від ступеня їх готовності і має такі складники:

+ *обсяг товарної продукції;*
± *зміна залишків незавершеного виробництва протягом розрахункового періоду [зменшення віднімається, збільшення додається];*
+ *вартість виготовлених напівфабрикатів для потреб власного виробництва.*

Обсяг ***чистої*** продукції – показник обсягу виробництва за певний період часу, що характеризує вартість новоствореного продукту. Чиста продукція визначається як валова продукція за вирахуванням матеріальних витрат і амортизаційних відрахувань, або ж як сума заробітної плати, витраченої на створення продукції, і прибутки підприємства від продажу виготовленого товару:

+ *обсяг валової продукції;*
- *матеріальні витрати;*
- *амортизаційні відрахування.*

3. Етапи формування виробничої програми.

Етапи формування виробничої програми:

1. Формування плану виробництва і реалізації продукції з урахуванням портфеля замовлень, при цьому дають прогноз обсягу товарної продукції.
2. Нормування запасів готової продукції на складі з урахуванням залишків готової продукції на складі.

3. Планування обсягу реалізованої продукції, виходячи з прогноза обсягу товарної продукції та зміни залишків готової продукції на складі.

4. Нормування обігових коштів у незавершеному виробництві, формування матеріальних залишків у незавершеному виробництві.

5. Планування обсягу валової продукції на підставі спрогнозованого обсягу товарної продукції та зміни залишків незавершеного виробництва.

6. Планування обсягу чистої продукції.

Контрольні питання

1. Яку інформацію має враховувати підприємство при формуванні виробничої програми? Який підрозділ підприємства відповідає за постачання даної інформації?
2. Який зміст має план закупівель матеріалів?
3. Яка інформація міститься у специфікаціях, які використовують для планування виробництва?
4. Які компоненти утворюють систему показників при плануванні обсягів виробництва продукції?
5. Для чого при плануванні виробництва використовують маршрутно-технологічні карти?
6. Що означає термін "товарна продукція" підприємства?
7. Що означає термін "валова продукція" підприємства?
8. Що означає термін "реалізована продукція" підприємства?
9. Що означає термін "чиста продукція" підприємства?
10. Перелічити етапи формування виробничої програми.

Тести

1. При формуванні виробничої програми на певний проміжок часу враховують такі групи продукції:

а) продукція на державне замовлення;

б) продукція, яка виготовляється для задоволення внутрішніх потреб підприємства;

в) продукція, яку виготовляють найближчі конкуренти;

г) покупні напівфабрикати.

2. Обсяг продукції підприємства, яка випускатиметься з власної ініціативи для вільного продажу на ринку, визначається ...

а) шляхом оформлення держзамовлення;

б) маркетингового прогнозу;

в) виходячи з існуючих виробничих потужностей;

г) виходячи з розмірів зовнішніх складів для готової продукції.

3. Обсяг якої продукції підприємства включає вартість усієї промислової продукції, послуг, робіт підприємства, вироблених за певний період часу, незалежно від ступеня їх готовності?

а) товарної;

б) валової;
в) реалізованої;
г) чистої.

4. План, який дозволяє визначити кількість машинних і трудових ресурсів, необхідних для виконання виробничого плану, називається ...

а) маршрутно-технологічною картою;
б) планом потреби в потужностях і трудових ресурсах;
в) планом потреби в матеріалах;
г) планом закупівель.

5. Які документи містять описи технологічних маршрутів, способи виробництва кожної номенклатурної одиниці?

а) специфікації;
б) план закупівель;
в) маршрутно-технологічні карти;
г) усі попередні відповіді правильні.

6. Підприємство на наступний рік планує виготовити основної продукції на суму 500 тис.грн; напівфабрикатів на суму 80 тис.грн в т.ч. 70% для власних потреб, решту для продажу; надати транспортних послуг населенню на суму 120 тис.грн. При цьому залишки незавершеного виробництва на кінець року мають скоротитися на 6 тис.грн. Залишки готової продукції на складі: на початок року 5 тис.грн, на кінець року – 2 тис.грн. На який обсяг товарної продукції розраховує дане підприємство?

а) 650 тис.грн.;
б) 644 тис.грн.;
в) 694 тис.грн.;
г) інша відповідь.

7. Підприємство на наступний рік планує виготовити основної продукції на суму 500 тис.грн; напівфабрикатів на суму 80 тис.грн в т.ч. 70% для власних потреб, решту для продажу; надати транспортних послуг населенню на суму 120 тис.грн. При цьому залишки незавершеного виробництва на кінець року мають скоротитися на 6 тис.грн. Залишки готової продукції на складі: на початок року 5 тис.грн, на кінець року – 2 тис.грн. На який обсяг валової продукції розраховує дане підприємство?

а) 646 тис.грн.;
б) 644 тис.грн.;
в) 694 тис.грн.;
г) інша відповідь.

8. Підприємство на наступний рік планує виготовити основної продукції на суму 500 тис.грн; напівфабрикатів на суму 80 тис.грн в т.ч. 70% для власних потреб, решту для продажу; надати транспортних послуг населенню на суму 120 тис.грн. При цьому залишки незавершеного виробництва на кінець року мають скоротитися на 6 тис.грн. Залишки готової продукції на складі: на початок року 5 тис.грн, на кінець року – 2 тис.грн. На який обсяг реалізованої продукції розраховує дане підприємство?

а) 646 тис.грн.;
б) 644 тис.грн.;
в) 694 тис.грн.;
г) інша відповідь.

9. Підприємство на наступний рік планує виготовити основної продукції на суму 300 тис.грн; напівфабрикатів на суму 50 тис.грн в т.ч. 70% для власних потреб, решту для продажу. При цьому матеріальні витрати становитимуть 250 тис.грн, сума амортизації – 25 тис.грн. Залишки готової продукції на складі: на початок року 5 тис.грн, на кінець року – 2 тис.грн. На який обсяг чистої продукції розраховує дане підприємство?

а) 103 тис.грн.;
б) 100 тис.грн.;
в) 75 тис.грн.;
г) інша відповідь.

10. План потреби у матеріалах використовує інформацію про ...

а) склад матеріалів, потрібних для виготовлення виробу;
б) норми витрат матеріалів;
в) час обробки або виготовлення виробу;
г) перелік постачальників матеріалів.

10. ПЕРСОНАЛ ПІДПРИЄМСТВА, ПРОДУКТИВНІСТЬ І ОПЛАТА ПРАЦІ

1. Персонал підприємства та його класифікація.
2. Якісна та кількісна характеристика персоналу.
3. Визначення чисельності персоналу.
4. Продуктивність праці, методи визначення її рівня.
5. Резерви зростання продуктивності праці.
6. Нормування праці на підприємстві.
7. Оплата праці та її різновиди.
8. Тарифна система оплати праці.

1. Персонал підприємства та його класифікація.

Найважливішим елементом продуктивних сил і головним джерелом розвитку економіки країни загалом та кожного підприємства зокрема є люди, їх майстерність, освіта, фахова підготовка. Людські ресурси мають свою специфіку на відміну від інших внутрішніх ресурсів підприємства, оскільки, з одного боку, люди є творцями матеріальних та духовних благ, а з іншого – їх споживачами. Вмотивована праця людей здатна забезпечити досягнення високих технологічних та економічних результатів виробництва.

Персонал підприємства являє собою сукупність постійних працівників, що отримали необхідну професійну підготовку, або мають досвід практичної

роботи. Він характеризується кількісними і якісними показниками, які можуть розглядатися у статиці або динаміці.

Персонал підприємства класифікують за рядом ознак.

1. За відношенням працівників до процесу виробництва весь персонал поділяють на дві категорії:

- промислово-виробничий персонал (ПВП), який зайнятий у виробництві та його обслуговуванні;
- непромисловий персонал, що знаходиться на балансі підприємства, але не має відношення до основної діяльності підприємства (працівники житлово-комунального господарства, лікувально-санітарних, дитячих закладів тощо).

2. За характером виконуваних функцій промислово-виробничий персонал підприємства поділяють на категорії: керівники, спеціалісти, службовці, робітники.

Керівники – це працівники, що займають керівні посади на підприємстві та у його структурних підрозділах. Це, наприклад, директор та його заступники, головний інженер, головний бухгалтер, начальники цехів та їх заступники, завідувачі відділів, виконроби тощо.

Спеціалісти – працівники, які займаються інженерно-технічними, економічними та деякими іншими роботами (економісти, бухгалтери, маркетологи, юристи, інженери, технологи, програмісти тощо).

Службовці – працівники, які здійснюють підготовку та оформлення документації, господарське обслуговування (працівники архівів, секретарі, діловоди, оператори ЕОМ, касири тощо).

Робітники – працівники, які безпосередньо зайняті в процесі створення матеріальних цінностей. Залежно від того, в якому цеху вони працюють, робітники, в свою чергу, поділяються на основних, допоміжних та обслуговуючих. До цієї категорії також відносять також прибиральниць, охоронців, кур′єрів, шоферів, гардеробників.

3. За специфікою та складністю виконуваних робіт увесь персонал підприємства групують за професіями, спеціальностями, кваліфікацією.

Професія – вид трудової діяльності, здійснення якої потребує відповідного комплексу спеціальних знань та практичних навичок (інженер, економіст, юрист, слюсар, водій, тощо).

Спеціальність – комплекс знань в межах професії (слюсар-ремонтник, слюсар-інструментальник, слюсар-зварювальник; інженер-електрик, інженер-конструктор, інженер-механік тощо).

Кваліфікація – характеризує рівень підготовки працівника, його здатність до виконання роботи певного рівня складності.

Відсоткове співвідношення між працівниками, згрупованими за тими чи іншими ознаками, утворює структуру персоналу підприємства. Тобто структурою персоналу вважають питому вагу (частку) окремих категорій працівників у загальній чисельності персоналу підприємства.

2. Якісна та кількісна характеристика персоналу.

Якісна характеристика персоналу підприємства визначається ступенем професійної та кваліфікаційної підготовки його працівників для виконання встановлених цілей підприємства, ступенем вмотивованості його праці.

Кількісна характеристика персоналу підприємства вимірюється такими показниками як облікова, явочна та середньо-облікова чисельності працюючих.

Облікова чисельність персоналу підприємства включає всіх постійних, тимчасових і сезонних працівників, прийнятих на роботу на строк, понад 1 день, незалежно від того, знаходяться вони на роботі, чи хворіють, чи є у відпустці, відрядженні тощо.

Явочна чисельність визначається кількістю працюючих, які фактично стали до роботи.

Внаслідок найму одних та звільнення інших працівників чисельність персоналу підприємства протягом певного періоду не лишається постійною, тому виникає потреба розрахувати середньо-облікову чисельність персоналу.

Середньо-облікова чисельність персоналу підприємства визначається за певний період часу як сума щоденної облікової чисельності персоналу, віднесена до кількості календарних днів у цьому періоді.

3. Визначення чисельності персоналу.

Якщо працю працівника можна нормувати (наприклад, обчислити час, за який виконується одиниця роботи), то потрібну чисельність (кількість) таких працівників можна розрахувати. Нормуванню в основному піддається праця людей робітничої категорії. Існує кілька методів для обчислення їх чисельності. Найпоширеніші серед них:

1. За трудомісткістю виробничої програми чисельність (*Ч*) робітників дорівнює:

$$Ч = \frac{T_{сум}}{Ф_{еф} \times k_{вн}} \quad ; \qquad (10.1)$$

де $T_{сум}$ – сумарна трудомісткість виробничої програми, визначеної на певний період часу, нормо-години; $Ф_{еф}$ – ефективний фонд часу роботи одного робітника за цей період часу, години; $k_{вн}$ – коефіцієнт виконання норми виробітку.

2. За нормами обслуговування чисельність (*Ч*) робітників дорівнює:

$$Ч = \frac{n \times Зм \times k_{о-я}}{H_{обсл}} \quad , \qquad (10.2)$$

де n – загальна кількість одиниць устаткування, яке обслуговується; $Зм$ – кількість змін роботи устаткування протягом доби; $k_{о-я}$ – коефіцієнт, який визначає співвідношення між обліковою та явочною чисельностями персоналу; $H_{обсл}$ – норма обслуговування устаткування (встановлює мінімальну кількість одиниць устаткування, яку належить обслужити одному робітнику за робочу зміну).

Коефіцієнт $k_{о-я}$ є величиною безрозмірною, його можна обчислити за формулою:

$$k_{о-я} = \frac{100\%}{100\% - f\%} \quad , \qquad (10.3)$$

де f – відсоток невиходів на роботу.

3. За нормами виробітку:

$$Ч = \frac{N}{Ф_{еф} \times k_{вн} \times H_{вироб}} \qquad (10.4)$$

де N - планова кількість виробів; $H_{вироб}$ –норма виробітку (встановлена мінімальна кількість виробів, яку має виготовити один робітник за одиницю часу).

Планова чисельність допоміжних виробників визначається аналогічно чисельності основних робітників, якщо для них встановлені певні норми виробітку або обслуговування.

4. Продуктивність праці, методи визначення її рівня.

У сучасних умовах, коли підприємства зацікавлені у збільшенні обсягів вироблюваної продукції, що постачається на споживчий ринок, розширенні її асортименту та привабливості як за якістю, так і за ціною, проблема підвищення ефективності праці стає однією з найважливіших. Показником ефективності витрат праці є продуктивність.

Продуктивність праці – це показник економічної ефективності витрат трудової діяльності працівників підприємства. Він визначається відношенням кількості виробленої продукції (послуг) до витрат праці.

Рівень продуктивності праці характеризується показником "***виробіток***", що показує, яка кількість продукції вироблена за одиницю часу. Існує три методи визначення виробітку: натуральний, вартісний і трудовий.

Натуральний метод – це відношення обсягу виробленої продукції (в натуральних одиницях) до кількості витраченого часу (в нормо-годинах).

Вартісний метод – це відношення обсягу виробленої продукції (в гривнях) до витрат часу, які можуть бути виражені в середньообліковій чисельності працівників або у відпрацьованій ними кількості людино-днів, людино-годин.

Трудовий метод – це відношення обсягу виробленої продукції (у показниках трудомісткості) до кількості робітників.

5. Резерви зростання продуктивності праці.

Резервами зростання продуктивності праці називають ще не використані можливості економії праці за окремими факторами, класифікація яких зазначена нижче (рис. 10.1).

Матеріально-технічні фактори ***(залежать від рівня удосконалення засобів праці)***	**Соціально-економічні фактори** ***(залежать від рівня удосконалення робочої сили)***	**Організаційні фактори** ***(залежать від якості поєднання засобів праці і робочої сили)***
- технічний рівень виробництва; - зміна технічних характеристик виробів; - впровадження інновацій; - підвищення якості продукції; - перехід на нові види сировини й матеріалів; - виготовлення нової продукції.	- поліпшення умов праці; - підвищення частки кваліфікованих працівників у загальній кількості ПВП; - поліпшення використання робочого часу працівників; - підвищення норм обслуговування; - розширення зон обслуговування; - скорочення браку.	- удосконалення організації виробництва; - удосконалення організації праці промисдлово-виробничого персоналу; - удосконалення процесу управління виробництвом; - удосконалення структури керівного апарату підприємства.

Рис. 10.1. Резерви зростання продуктивності праці за окремими факторами.

6. Нормування праці на підприємстві.

Нормування праці – важливий вид економічної діяльності підприємства, через який встановлюються витрати праці, визначаються її результати, виконується розстановка працівників по робочих місцях. З усіх видів ресурсів, що використовує підприємство, витрати праці є найдинамічнішим, тобто здатним до змін. *Мета* нормування праці – забезпечення ефективного використання трудових ресурсів.

Нормування праці на підприємстві виконує такі ***функції:***

- сприяє оптимізації кількості працюючих;
- є основою поточного і перспективного планування (на підставі норм витрат праці планують виробничу програму; визначивши чисельність працюючих, планують фонд оплати праці, собівартість тощо);
- є засобом обліку та контролю індивідуальної і колективної праці (на цьому базується така мотивація як матеріальне або психологічне заохочення тих, хто добре працює);
- є основою раціональної організації виробництва і праці;
- забезпечує нормальну інтенсивність праці.

Облік витрат праці на підприємстві здійснюється через норми:

- часу ($H_{час}$);
- виробітку ($H_{вир}$);
- чисельності ($H_{чис}$);
- обслуговування ($H_{обсл}$).

Норма часу ($H_{час}$) встановлює максимальний час на виготовлення одиниці продукції. В умовах масового і серійного виробництва вона складається з таких компонентів:

$$H_{час} = H_{пзч} + H_{оп} + H_{обслуг} + H_{відп} \text{ , н-год,} \qquad (10.5)$$

де $H_{пзч}$ – підготовчо-заключний час, пов'язаний з початком і завершенням конкретного завдання; він не залежить від обсягу роботи і встановлюється на партію або завдання загалом;

$H_{оп}$ – оперативний час на виробництво; він повторюється з кожним предметом праці, що обробляється;

$H_{обслуг}$ – час на обслуговування робочого місця; він включає витрати, пов'язані з прибиранням робочого місця, підтриманням інструментів та обладнання у робочому стані;

$H_{відп}$ – час на відпочинок і особисті потреби.

Норма виробітку ($H_{вир}$) – встановлює мінімальну кількість продукції, яка повинна бути вироблена за одиницю часу. Якщо кількість продукції та час на її виготовлення вимірюється в однакових одиницях, то між нормою виробітку та нормою часу встановлюється таке співвідношення:

$$H_{вир} = 1 / H_{час} \qquad (10.6)$$

Змінна норма виробітку обчислюється за формулою:

$$H_{вир\ зм} = T_{зм} / H_{час} \qquad (10.7)$$

де $T_{зм}$ – тривалість робочої зміни, год.

Між нормою часу і нормою виробітку існує обернена залежність, яка робить справедливим таке правило:

Якщо одна з цих норм збільшується на **n %,** то інша норма зменшується на

$$(100 \times n) / (100 + n)\ \%. \qquad (10.8)$$

Якщо одна з цих норм зменшується на **n %** , то інша норма зростає на:

$$(100 \times n) / (100 - n)\ \%. \qquad (10.9)$$

Норма чисельності встановлює максимальну кількість працюючих, яка необхідна для виконання певного обсягу роботи.

Норма обслуговування встановлює мінімальну кількість одиниць устаткування, яку має обслужити один робітник за робочу зміну.

7. Оплата праці та її різновиди.

Оплата праці на підприємстві здійснюється у формі виплати заробітної плати.

Заробітна плата – це винагорода, обчислена, як правило, у грошах, яку за трудовим договором власник підприємства або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу. Розмір заробітної плати залежить від складності та умов виконуваної роботи, професійно-ділових якостей працівника, результатів його праці та господарської діяльності підприємства.

Виокремлюють номінальну й реальну заробітну плату. ***Номінальна*** заробітна плата – це нарахована і одержана працівником сума грошей, яка відповідає його витраченій праці за певний період часу. ***Реальна*** заробітна плата характеризує кількість товарів та послуг, яку працівник зможе придбати за зароблену суму грошей, тобто реальна заробітна плата характеризує купівельну спроможність номінальної заробітної плати.

Згідно Закону України «Про оплату праці» (1995р.) заробітна плата складається із основної, додаткової заробітної плати та інших заохочувальних та компенсаційних виплат.

Основна заробітна плата – винагорода за виконану роботу відповідно до встановлених норм праці (норм часу, виробітку, обслуговування, посадові обов′язки). Вона встановлюється у вигляді тарифних ставок (окладів) і відрядних розцінок для робітників та посадових окладів для службовців у розмірах, що не перевищують встановлених чинним законодавством.

Додаткова заробітна плата – винагорода за працю понад установлені норми, за трудові успіхи та винахідливість і за особливі умови праці. Вона включає доплати, надбавки, гарантійні та компенсаційні виплати, передбачені чинним законодавством; премії, пов′язані з виконанням виробничих завдань і функцій.

Інші заохочувальні та компенсаційні виплати – це виплати у формі винагород за підсумками роботи за рік, премії, що сплачуються за спеціальними системами і положеннями, компенсаційні та інші грошові та матеріальні виплати, що не передбачені актами чинного законодавства або які проводяться понад установлені зазначеними актами норми.

Держава здійснює регулювання оплати праці працівників підприємств усіх форм власності шляхом встановлення розміру мінімальної заробітної плати та інших державних норм і гарантій, встановлення умов і розмірів оплати праці керівників підприємств, заснованих на державній, комунальній власності, працівників підприємств, установ та організацій, що фінансуються чи дотуються з бюджету, регулювання фондів оплати праці працівників підприємств-монополістів згідно з переліком, що визначається Кабінетом Міністрів України, а також шляхом оподаткування доходів працівників.

Мінімальна заробітна плата – це законодавчо встановлений розмір заробітної плати за просту, некваліфіковану працю, нижче якого не може проводитися оплата за виконану працівником місячну, а також погодинну норму праці (обсяг робіт). До неї не включаються доплати за роботу в понаднормовий час, у важких, шкідливих, особливо шкідливих умовах праці, на роботах з особливими природними географічними і геологічними умовами та умовами підвищеного ризику для здоров'я, а також премії до ювілейних дат, за винаходи та раціоналізаторські пропозиції, матеріальна допомога, інші заохочувальні та компенсаційні виплати. Розмір мінімальної заробітної плати затверджується Верховною Радою України за поданням Кабінету Міністрів України у Законі про Державний бюджет України з урахуванням пропозицій, вироблених шляхом переговорів, представників професійних спілок, власників або уповноважених ними органів, які об'єдналися для ведення колективних переговорів і укладення генеральної угоди.

8. Тарифна система оплати праці.

Основою організації заробітної плати на більшості підприємств є **тарифна система,** яка містить: тарифну сітку, тарифні ставки, тарифно-кваліфікаційні характеристики (довідники) та схему посадових окладів.

Тарифна сітка встановлює певні співвідношення в оплаті праці працівників різної кваліфікації, вона містить в собі перелік тарифних розрядів і відповідних тарифних коефіцієнтів. Розмір ***тарифної ставки*** першого розряду встановлюється, виходячи з розміру затвердженої в Україні мінімальної заробітної плати. Тарифні ставки інших розрядів визначаються шляхом множення тарифної ставки першого розряду на тарифний коефіцієнт відповідного тарифного розряду.

Тарифно-кваліфікаційні характеристики (довідники) містять нормативні акти щодо кваліфікаційних характеристик робіт і професій, які згруповані за виробництвами та видами робіт. Вони розробляються Міністерством праці та соціальної політики України. У тарифно-кваліфікаційному довіднику за кожним розрядом та по кожній професії містяться характеристики, які складаються з трьох розділів: «Характеристика робіт», «Повинен знати», «Приклади робіт» («Повинен вміти»).

Схема посадових окладів передбачає віднесення працівників до певної групи оплати праці на підставі певної професії і кваліфікації. В ній зазначаються посадові обов‘язки, вимоги до знань і стажу роботи за спеціальністю, рівня кваліфікації та профілю підготовки керівників, спеціалістів, службовців.

В межах тарифної системи найбільш поширеними на підприємствах є дві форми оплати праці: погодинна і відрядна.

Погодинна форма оплати праці передбачає нарахування заробітної плати в залежності від тарифної ставки (годинної або денної) і фактично відпрацьованого часу. Вона має такі різновиди.

- *Проста погодинна* форма оплати праці. Оплата праці робітника (**ОП$_{пп}$**) розраховується за формулою:

$$\mathbf{ОП_{пп} = Тс \times t}\ , \qquad (10.10)$$

де **Тс** – годинна тарифна ставка відповідного розряду; **t** – кількість фактично відпрацьованих годин.

Ця форма оплати праці недостатньо пов'язана з кінцевими результатами діяльності колективу працівників, не сприяє прояву ініціативи та творчості, тому в чистому вигляді вона застосовується не часто.

- *Погодинно-преміальна* форма оплати праці. Оплата праці робітника (**ОП$_{п-пр}$**) розраховується за попередньою формулою, але з нарахуванням премії (**Пр**) – додаткової суми до окладу за досягнення певних кількісних і якісних показників:

$$\mathbf{ОП_{п\text{-}пр} = Тс \times \mathit{t} + Пр} \qquad (10.11)$$

Відрядна форма оплати праці передбачає нарахування заробітної плати за розцінками і кількістю фактично виробленої продукції. Відрядна розцінка встановлюється таким чином:

$$\mathbf{Р\ відр. = Тс \times Н_{час}} \quad \text{або} \quad \mathbf{Р\ відр. = Тс / Н_{вир}}, \qquad (10.12)$$

де **Тс** – тарифна ставка робітника відповідного розряду, грн. за годину; **Н$_{час}$** – норма часу на виготовлення одиниці продукції, годин; **Н$_{вир}$** – норма виробітку продукції, яка встановлена в одиницю часу.

Її застосовують на роботах, де можливий облік колективної або індивідуальної праці за нормами виробітку, і її кінцевий результат можна обчислити в натуральних одиницях. В залежності від особливостей виробництва і задач, які розв'язуються на певній виробничій дільниці, застосовуються ті чи інші різновиди відрядної форми оплати праці.

- *Пряма відрядна* форма оплати праці визначається фактичною кількістю виготовленої продукції і розцінкою за її одиницю, виходячи з тарифної ставки, яка відповідає певному розряду робіт та нормі часу або нормі виробітку. Оплата праці одного робітника за цією формою (**ОП$_{пв}$**) визначається так:

$$\mathbf{ОП_{пв} = P_{відр.} \times Q_{факт}}, \qquad (10.13)$$

де **Р відр.** – відрядна розцінка за виготовлення одиниці продукції, **Q $_{факт.}$** – фактична кількість виготовленої продукції.

- *Відрядно-преміальна* форма оплати праці. Оплата праці робітника за цією формою (*З/пл $_{в\text{-}пр}$*) обчислюється так, як і в попередній формі, але з додатковим нарахуванням премії (*m*) за виконання якісних і кількісних показників:

$$\mathbf{ОП_{в\text{-}пр} = P_{відр.} \times Q_{факт} + Пр}. \qquad (10.14)$$

- *Відрядно-прогресивна* форма оплати праці передбачає нарахування заробітку за виготовлену продукцію в межах плану за плановою розцінкою, а оплату виробництва надпланової продукції – за підвищеною розцінкою. Заробіток за цією формою оплати праці (**ОП $_{в\text{-}про}$**) обчислюється за формулою:

$$\mathbf{ОП_{в\text{-}про} = P_{відр.} \times Q_{план} + P_{відр.зб.} \times Q_{понад\ план}}, \qquad (10.15)$$

де **Р $_{відр.зб.}$** – збільшена розцінка за виготовлення продукції понад встановлений план; **Q $_{понад\ план}$** – кількість продукції, яка вироблена понад план.

Відрядно-прогресивна форма оплати праці краще за інші стимулює персонал до продуктивної праці, ніж проста відрядна або відрядно-преміальна форми оплати праці, але призводить до випереджаючого темпу зростання заробітної плати порівняно з темпами зростання продуктивності праці, що вважається небажаним. Тому вона не застосовується регулярно, а тільки під час виробничого напруження.

- *Непряма відрядна* форма оплати праці використовується для деяких категорій допоміжних робітників, які безпосередньо не виробляють продукцію, але обслуговують основних робітників-відрядників. Вона використовується для нарахування заробітної плати наладникам, ремонтникам, кранівникам та деяким іншим категоріям робітників, чия праця не піддається нормуванню та обліку, але значною мірою визначає рівень виробітку основних робітників. Заробіток за цією формою оплати праці (**ОП $_{нв}$**) обчислюється так:

$$\mathbf{ОП_{нв} = Тс \times t \times \mathit{K}_{вн}}, \qquad (10.16)$$

де **Тс** – годинна тарифна ставка; **t** – фактично відпрацьований час, ***К $_{вн}$*** – коефіцієнт виконання норми виробітку основними робітниками.

- *Акордна* форма оплати праці застосовується у тих випадках, коли необхідно підсилити зацікавленість робітників у скороченні строків виконання робіт, у достроковій здачі об'єктів в експлуатацію. З цією метою встановлюється фонд оплати на весь обсяг робіт. Щомісяця робочим виплачується аванс, а остаточний розрахунок виконується після завершення усіх робіт.

• *Бригадна* форма оплати праці. При її використанні спочатку розраховується заробіток усієї бригади (*З/пл* $_{бр}$) за прямою відрядною формою оплати праці з використанням бригадної розцінки. Потім цей заробіток розподіляється між членами бригади, наприклад, за методом годино-коефіцієнтів (використовується тоді, коли члени бригади працюють в однакових умовах):

Спочатку визначають загальну кількість годино-коефіцієнтів (*ГК*), відпрацьованих бригадою:

$$ГК = \sum_{i=1}^{m} Ф_i \times К_i \ , \qquad (10.17)$$

де $Ф_i$ - фактична кількість годин, відпрацьована *i*-м робітником; $К_i$ - тарифний коефіцієнт, що відповідає розряду і-го робітника; *m* - кількість робітників у бригаді; *i* – кількість робітників у бригаді.

Далі знаходять суму оплати праці бригади, що припадає на 1 годино-коефіцієнт:

$$\mathbf{ОП_{1\,гк} = З/пл_{бр} / ГК} \ , \qquad (10.18)$$

а потім обчислюють заробіток *i*-го робітника:

$$\mathbf{ОП_i = Ф_i \times К_i \times Z_{1\,гк}} \ . \qquad (10.19)$$

Джерелом виплати заробітної плати всім працівникам на підприємстві є **фонд заробітної плати**, який визначається як сума фондів заробітної плати промислово-виробничого та невиробничого персонала, включає суми основної та додаткової заробітної плати.

Фонд заробітної плати керівників, спеціалістів і службовців встановлюється окремо по кожній категорії шляхом множення посадових окладів на кількість працюючих по певній категорії з врахуванням доплати і премії у відповідності з трудовим законодавством.

Фонд заробітної плати непромислового персоналу розраховується як відсоток від фонду заробітної плати промислово-виробничого персоналу. Загальний фонд заробітної плати, визначений таким чином, виступає як елемент витрат підприємства і входить до собівартості продукції.

Якщо до фонду заробітної плати підприємства додати величину премій, які виплачуються з прибутків, що залишилися в розпорядження підприємства, то утворюється **фонд оплати праці** підприємства.

Контрольні питання

1. Що означає термін «персонал підприємства»?
2. Як поділяється персонал підприємства за відношенням до процесу виробництва?
3. Що таке «професія»? «кваліфікація»?
4. Які кількісні оцінки використовують для характеристики персонала?
5. У якому випадку стає можливим визначення чисельності персонала методами прямого розрахунку?
6. Що таке «нормування праці» і яка його роль на підприємстві?
7. Охарактеризувати поняття «номінальна» і «реальна» заробітна плата.

8. Що є основою організації заробітної плати на підприємстві?
9. Який державний орган визначає рівень мінімальної заробітної плати в Україні? У якому Законі цей рівень зазначається?
10. Які складові має тарифна система?
11. Як нараховується заробітна плата за погодинною формою оплати праці?
12. Як нараховується заробітна плата за відрядною формою оплати праці?
13. Яка особливість акордної форми оплати праці?
14. Яка особливість відрядно-прогресивної форми оплати праці?
15. Яка відмінність між термінами «фонд заробітної плати» і «фонд оплати праці»?

Тести

1. До категорії «спеціаліст» на виробничому підприємстві відносять ...
   а) інженера-конструктора ;
   б) токаря 6-го розряду;
   в) економіста;
   г) оператора ПК (персонального комп'ютера).
2. Нарахування заробітної плати за .... формою оплати праці призводить до випереджаючих темпів зростання заробітної плати порівняно з темпами зростання продуктивності праці.
   а) прямою відрядною;
   б) непрямою відрядною;
   в) відрядно-прогресивною;
   г) відрядно-преміальною.
3. Заробітна плата, яка нарахована працівникові за виконану ним роботу і виплачена на руки, називається ...
   а) реальною;
   б) номінальною;
   в) мінімальною;
   г) додатковою.
4. Працівник підприємства, який здійснює технічне оформлення документації або працює касиром, відноситься до категорії ...
   а) «керівник»;
   б) «спеціаліст»;
   в) «службовець»;
   г) «робітник».
5. Вид трудової діяльності, здійснення якої потребує відповідних спеціальних знань і практичних навичок, називається ...
   а) категорією
   б) кваліфікацією
   в) спеціальністю
   г) професією.
6. Змінне виробниче завдання робітника – виготовлення 40 деталей. Продуктивність його праці становила в середньому 5,5 деталей/год. Якого

відсотка виконання норми змінного виробітку він досяг в умовах 8-годинної робочої зміни?

а) 110%
б) 90,9%
в) 120%
г) інша відповідь.

7. Бригадна змінна норма виробітку – виготовлення 200 деталей. Тривалість робочої зміни 8 год. Фактичний бригадний виробіток становив в середньому 28 деталей/год. На скільки відсотків бригада виконала планове завдання?

а) 89%
б) 108%
в) 112%
г) інша відповідь.

8. Трудомісткість місячної виробничої програми цеху становить 528 машино-змін. У розрахунковому місяці 22 робочих дня. Скільки робочих машин має виконувати зазначену виробничу програму, якщо режим роботи цеха двозмінний (зміна триває 8 годин)?

а) 24 машини
б) 12 машин
в) 3 машини
г) інша відповідь.

9. Персонал машинобудівного завода налічує: 20 керівників, 40 інженерно-технічних працівників, 10 економістів, 28 службовців, 45 основних робітників, 23 допоміжних робітника, 15 працівників заводської їдальні, 3 лікарі медпункту і 2 бібліотекарі. Яка кількість промислово-виробничого персоналу на цьому підприємстві?

а) 186 осіб
б) 146 осіб
в) 136 осіб
г) інша відповідь.

10. Робітник-учень за робочу зміну може виготовити 18 деталей певного зразка, а досвідчений робітник – 24 деталі. На скільки відсотків відстає в роботі учень від досвідченого робітника? Відповідь закруглити до цілого.

а) 75%
б) 35%
в) 25%
г) інша відповідь.

11. Норма обслуговування на підприємстві встановлює кількість ...

а) робітників, які мають обслуговувати одиницю устаткування
б) годин, яку треба витратити на обслуговування одиниці устаткування
в) одиниць техніки, яка підлягає обслуговуванню в цеху
г) одиниць техніки, яку належить обслужити одному робітнику за робочу зміну.

12. Для нарахування заробітної плати працівникові за погодинною формою оплати праці потрібно знати ...

а) тарифну ставку

б) розцінку

в) фактичну кількість виробленої продукції

г) фактично відпрацьований час.

13. Встановлений розмір заробітної плати за 1 годину робочого часу - це ...

а) відрядна розцінка

б) годинна тарифна ставка

в) тарифний коефіцієнт

г) норма виробітку.

14. Якщо протягом робочої зміни норма часу на виготовлення виробу скорочується на 15%, то відповідна норма виробітку на його виготовлення зростає на ... (відповідь представити цілим числом)

а) 15%

б) 18%

в) 13%

г) інша відповідь.

15. Розмір заробітної плати, що нараховується працівникові за відрядною формою оплати праці, залежить від ...

а) розцінки за одиницю виробленої продукції

б) фактично відпрацьованого часу

в) тарифної ставки

г) кількості виготовленої продукції.

11. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ

1. Інтелектуальний капітал та його складові.
2. Функції інтелектуального капіталу.
3. Нематеріальні активи підприємства.
4. Оцінка та облік нематеріальних активів.

1. Інтелектуальний капітал та його складові.

Інтелектуальний капітал – один із різновидів капіталу підприємства, який має відповідні ознаки і відтворює одночасно притаманну лише йому специфіку і особливості. Інтелектуальному капіталу властивий більш високий рівень розвитку порівняно з уже відомими функціональними формами капіталу. Його наявність і зростання гарантує більш стійкий рівень економічного росту суспільства, ефективність його структур. До інтелектуального капіталу відносять продукт розумової, інтелектуальної праці, продукт творчих зусиль.

Інтелектуальний капітал – це знання, які можуть бути оцінені та перетворені у прибуток. Це визначення охоплює будь-які технологічні,

управлінські та ринкові новини, які можуть бути інноваціями і приносити додатковий прибуток. Структура інтелектуального капіталу:

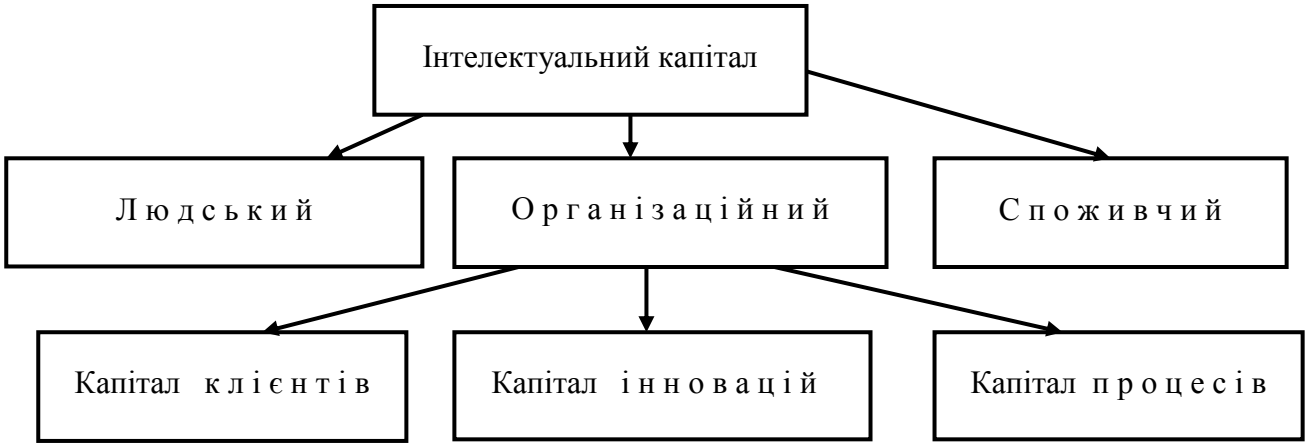


Рис. 11.1. Складові інтелектуального капіталу.

Розглянемо його окремі складові.

Людський капітал – знання, винаходи, навички, досвід, творчі здібності, креативний спосіб мислення, моральні цінності, культура праці тощо.

Споживчий капітал – зв'язки з економічними контрагентами (постачальниками, споживачами, посередниками, кредитно-фінансовими установами, органами влади та ін.), інформація про історію взаємин із ними, наявність торговельної марки (бренду).

Організаційний капітал – програмне забезпечення ЕОМ, банки і бази даних, патенти, ліцензії, ноу-хау, товарні знаки, промислові зразки, корпоративна культура, організаційні механізми, які забезпечують ефективність праці персоналу та функціонування підприємства загалом. Організаційний капітал має найбільшу віддачу на етапі створення продукту (товару, роботи, послуги) та формування його вартості.

Капітал клієнтів дає найбільший ефект у функціонуванні фінансово-кредитної системи (страхових компаній, банківських та інших фінансових установ), де основний напрям роботи – це формування клієнтського портфелю зв'язків (договорів).

Капітал інновацій складається з активів, що сприяють оновленню підприємства. Це захищені комерційні права, інтелектуальна власність, нематеріальні активи та інші цінності.

Капітал процесів має найбільшу віддачу безпосередньо в процесі виробництва та формування вартості (винаходи, раціоналізаторські пропозиції, ноу-хау, налагодження системи збуту, післяпродажне обслуговування).

Потенційними джерелами усіх складових є людські ресурси – найбільш динамічна компонента спроможності підприємства отримувати економічну вигоду впродовж тривалого часу.

Вважається, що людський капітал не може бути власністю підприємства, а організаційний і споживчий капітали можуть бути оформлені у власність або стати об'єктом купівлі-продажу.

Властивості інтелектуального капіталу:

1) виступає як економічна категорія і за своїм соціально-економічним змістом не є майном;

2) має вартісну оцінку і є «само зростаючою» вартістю;

3) існує лише за певних соціально-економічних умов, властивих ринковому середовищу;

4) розглядається як авансована вартість і після завершення кругообігу повертається з додатковим доходом;

5) є частиною багатства (фінансових ресурсів) підприємця (сума вартісної оцінки майна та коштів), може перетворюватися на корисну новацію.

За формою власності інтелектуальний капітал може бути приватним, колективним та державним залежно від суб'єкта, який володіє, користується і розпоряджається результатом інтелектуальної творчої діяльності. Зазначені правомочності закріплені в Конституції України (ст. 41).

В основу ***інтелектуального капіталу входить інтелектуальна власність*** — це результат інтелектуальної творчої діяльності, результат власного творчого пошуку, який має бути певним чином об'єктивований, втілений у певну об'єктивну форму та має бути здатним до відтворення.

З цієї позиції інтелектуальна власність визначає кому належить результат інтелектуальної творчої діяльності, який втілений у певну об'єктивну форму (патент, свідоцтво, ноу-хау, товарний знак, авторський твір тощо). Що стосується приватної або колективної (група приватних осіб) форми власності, то зрозуміло, що мається на увазі, кому належить результат власного творчого пошуку, хто або скільки людей спрямовували свої зусилля на отримання кінцевого результату творчої діяльності. Що стосується державної форми інтелектуальної власності, то до неї відносять продукт інтелектуальної праці, створений на замовлення державних органів влади за рахунок бюджетних коштів, або за традицією продукт інтелектуальної праці належить суб'єкту господарювання (підприємству, об'єднанню тощо), який утворений органами держави (місцевого самоврядування— комунальна власність; Кабінетом Міністрів України, за наказом міністерств і відомств — загальнодержавна власність), що відповідає законам України.

Форма залучення інтелектуального капіталу проявляється у формі права на об'єкти промислової власності та у формі авторського та суміжних з ним прав залежно від видів об'єктів інтелектуальної власності. За міжнародними стандартами усі результати творчої інтелектуальної діяльності з точки зору правової охорони поділяються на об'єкти, які охороняються правом промислової власності, і на об'єкти, які охороняються авторським правом. До промислової власності належать винаходи, корисні зразки, промислові моделі, фабричні або товарні знаки, ноу-хау. До об'єктів, які охороняються авторським

правом, належать права на наукові, літературні, художні та музичні твори, програми для ЕОМ, бази даних тощо.

Інтелектуальний капітал в інших формах може проявлятися, наприклад, у вигляді наданих послуг типу «інжиніринг» тощо.

За терміном знаходження у розпорядженні суб'єкта господарювання інтелектуальний капітал поділяється на власний або такий, що не має терміну знаходження у розпорядженні суб'єкта господарювання, та строковий інтелектуальний капітал.

Власний інтелектуальний капітал може бути на балансі суб'єкта господарювання, наприклад, у формі капітальних інвестицій, тобто на стадії створення (розробки) нематеріальних активів. Що стосується строкового інтелектуального капіталу, то на балансі суб'єкта господарювання такий капітал знаходить відображення у вигляді нематеріальних активів, які залежно від виду мають термін знаходження у розпорядженні суб'єкта відповідно до законодавства України про охорону інтелектуальної власності. Так, наприклад, правова охорона суб'єктів інтелектуальної власності надається за певних умов на конкретно визначений строк: винахід — на 20 років, корисна модель — на 5 років, промисловий зразок — на 10 років тощо.

За ознакою можливості визначення розміру (величини) вартості інтелектуальний капітал може оцінюватися (визначатися) прямим (витратним) методом (безпосередньо, відповідно до кошторису) та експертним методом. Витратний метод оцінки вартості інтелектуального капіталу передбачає, що потенційний покупець, якій володіє відповідною інформацією (кошторисом витрат) про предмет купівлі, не заплатить за нього більше, ніж вартість іншого об'єкта в складі нематеріальних активів тієї ж корисності. Експертний (ринковий) метод оцінки вартості інтелектуального капіталу передбачає використання методу порівняльних продаж, який полягає у прямому порівнянні оцінюваного об'єкта з іншим, аналогічним за якістю, призначенням і корисністю, який був проданий у порівнюваний час на аналогічному ринку. Передусім з юридичних позицій слід розрізняти правову охорону інтелектуальної власності і право на інтелектуальну власність. Право інтелектуальної власності — це право володіти, користуватися і розпоряджатися належним результатом інтелектуальної творчої діяльності. Інтелектуальна власність є складовою інтелектуального капіталу і набуває всіх притаманних йому ознак.

Використання інтелектуальної власності в господарській діяльності з економіко-фінансових позицій є її комерціалізація, яка виникає на умовах договірних відносин. Саме комерціалізація інтелектуальної власності в умовах ринкових відносин вимагає розглядати її як товар і як капітал.

Як товар інтелектуальна власність розглядається як нематеріальний актив, що використовується в будь-яких господарських операціях.

Як капітал інтелектуальна власність розглядається з точки зору витрати капіталу на освіту або придбання підприємцем нематеріальних активів з метою його приросту.

Інтелектуальна власність може розглядатися і як інвестиція, яка поділяється на капітальну (придбання нематеріального активу, який підлягає амортизації) та фінансову (пряму), якою передбачають внесення нематеріального активу до статутного фонду юридичної особи в обмін на корпоративні права, емітовані такою юридичною особою.

Зазначимо, що підвищення активності національних заявників у поданні заявок на об'єкти промислової власності є джерелом зростання інтелектуальної власності як капіталу.

З розвитком ринкових відносин розширюється перелік результатів інтелектуальної власності, а також формується новий, суто економіко-фінансовий підхід до цього виду продукту, який в умовах товарно-грошових відносин набуває ознаки товару або капіталу. Активізація в цьому напрямку є важливим фактором економічного розвитку.

Інтелектуальна власність має дві основні складові частини: промислову власність та об’єкти авторського права. До об’єктів промислової власності згідно зі статтею 420 Цивільного кодексу України [3] (надалі - ЦКУ) відносяться наступні об’єкти інтелектуальної власності: винаходи; корисні моделі; промислові зразки; раціоналізаторські пропозиції; сорти рослин та породи тварин; топографія інтегральних мікросхем. У Статтях 8 та 9 Закону України «Про авторське право та суміжні права» [6] наведено перелік об’єктів авторського права (літературні письмові твори, лекції, доповіді, інші усні твори, комп’ютерні програми, бази даних, музичні твори, карти, плани, схеми, креслення, ескізи, які мають відношення до географії, геології, техніки та інших видів діяльності та інше) та об’єктів, на які авторське право не розповсюджується (повідомлення про новини дня, фольклор, офіційні документи державної влади та інше). До інтелектуальної власності відносяться також комерційна таємниця, ноу-хау, захист від недобросовісної конкуренції.

Використання інтелектуальної власності у господарчій діяльності підприємства закріплюється укладанням різних договорів. Всі об’єкти інтелектуальної власності є результатом творчої діяльності людини. Підприємством вони можуть бути надбані на підставі укладання наступних договорів:

- договору передачі виняткових майнових прав на об’єкт інтелектуальної власності (якщо об’єкт має патент);
- договору сумісного розпорядження виключеними правами інтелектуальної власності, якщо права на об’єкт належать декільком особам й використовуються ними паралельно;
- договору уступки автором винаходу (або іншого об’єкту промислової власності) права подачі заявки на патентування цього об’єкту;
- ліцензійного договору на використання об’єктів промислової власності.

Право промислової власності захищено наступними Законами України: «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі» [7], «Про охорону прав на промислові зразки» [8], «Про охорону прав на знаки для товарів та послуг» [9], «Про охорону прав на зазначення походження товарів» [10], «Про охорону прав

на топографії інтегральних мікросхем» [11], « Про охорону прав на сорти рослин»[12]. У цих законах наведено перелік об'єктів, які можуть отримати правову охорону, основні характеристики та критерії надання охоронних документів, строк охорони, порядок оформлення документів та інше.

Якщо об'єкт інтелектуальної власності було створено на підставі трудової угоди, то згідно зі ст. 429 ЦКУ немайнові права на об'єкт інтелектуальної власності належать робітнику, який створив цей об'єкт. Разом з цим, згідно з цією же статтею, майнові права на цей об'єкт належать як робітнику так і підприємству сумісно. В цьому випадку об'єкт інтелектуальної власності може бути використаним на підставі договору про спільне використання або робітник може надати роботодавцю уступку щодо всіх майнових прав на даний об'єкт, при цьому він залишається його автором.

Уступка майнових прав виникає тільки після отримання патенту на винахід, так як тільки з цього моменту виникають майнові права інтелектуальної власності на об'єкти промислової власності. До цього моменту підприємство може скласти з робітником договір про уступку права на подачу заявки на отримання патенту за відповідну грошову винагороду (за згодою сторін). Якщо у об'єкта інтелектуальної власності не один автор, то угода про уступку права на подачу заявки складається з кожним з них, та обов'язково складається угода щодо внеску кожного автора.

2. Функції інтелектуального капіталу.

Інтелектуальний капітал виконує низку функцій, основними з яких є:

- *інформаційна* – накопичення, систематизація і передача знань, умінь, навичок, інформації;
- *пізнавально-гносеологічна* – придбання знань про процеси та явища;
- *перетворювальна* – перетворення знань у нові результати інтелектуальної діяльності (інформація, продукти, послуги та ін.);
- *науково-дослідна* – організація і проведення наукових досліджень у економічній, політичній, соціальній, духовній сферах суспільного життя;
- *інтегративна* – орієнтація на дослідження в усіх сферах і галузях знань з метою створення нової продукції, робіт, послуг;
- *регулятивна* – встановлення традиційних норм і правил, які регулюють поведінку суб'єктів;
- *освітньо-виховна* – участь в розширенні пізнання, в освіті, самоосвіті, розвитку культури мислення суб'єктів, формування самосвідомості індивідів;
- *практична* – сприяння практичному вирішенню соціально-економічних, культурних та інших завдань;
- *охоронна* – охорона, збереження результатів інтелектуальної праці.

3. Нематеріальні активи підприємства.

Нематеріальний актив – це грошовий вираз вартості нематеріальних ресурсів (інтелектуального капіталу). У П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» дається таке визначення: «**Нематеріальний актив –** немонетарний актив, який

не має матеріальної форми, може бути ідентифікований (відокремлений від підприємства) та утримується підприємством з метою використання протягом періоду понад один рік (або одного операційного циклу, якщо він перевищує один рік) для виробництва, торгівлі, в адміністративних цілях чи для надання в оренду іншим особам».

Ідентифікованими нематеріальними активами називають такі, які можуть бути придбані або продані окремо від інших активів підприємства. До ідентифікованих нематеріальних активів відносять патенти, торгові марки, авторські права тощо. До *неідентифікованих* нематеріальних активів відносять гудвіл.

Існує чимало способів класифікації нематеріальних активів, але досить часто в світовій практиці їх групують за такими ознаками:

1. Нематеріальні активи, пов'язані з ринком. Активи, що найбільше використовуються в маркетингу, при просуванні товарів і послуг (торгові марки, фірмові імена, газетні заголовки, доменні імена).

2. Нематеріальні активи, пов'язані з замовником. Утворюються в результаті взаємодії з партнерами (клієнтська база, список невиконаних замовлень).

3. Нематеріальні активи, пов'язані з мистецтвом (авторські права на літературні, музичні твори, картини, фотографії, відео- та аудіовізуальні матеріали).

4. Нематеріальні активи, пов'язані з договором (контрактом). Репрезентують вартість прав, що витікають із договору (контракту). Наприклад, франшиза (спеціальний вид ліцензування, коли компанія – власник відомої торгової марки – надає іншій компанії право розміщувати цю торгову марку на своїй продукції, але при цьому одержує право контролю за якістю та іншими характеристиками продукції компанії-франчайзера), ліцензії, дозвіл на будівництво, право на радіомовлення тощо.

5. Нематеріальні активи, пов'язані з технічними та прикладними науками, інновацією та технічним прогресом (запатентовані технології та секрети виробництва, технічні ноу-хау).

6. Гудвіл – вартість ділової репутації.

4. Оцінка та облік нематеріальних активів.

Нематеріальні активи можуть бути створені або придбані підприємством. В будь-якому випадку вони мають свою вартість. Специфіка нематеріальних активів обумовлює особливості їх оцінки та обліку. Існує певна складність вартісної оцінки нематеріальних активів, яка зумовлена:

- різноманітністю об′єктів інтелектуальної власності, кожний із яких за законом має бути оригінальним;
- різними способами появи на підприємстві;
- різними формами практичного використання;
- ймовірнісним характером отриманих результатів їх вартісної оцінки.

У міжнародній практиці існує кілька вартісних оцінок нематеріальних активів: первісна, залишкова, справедлива, оціночна.

Первісна вартість придбаного нематеріального активу може складатися з ціни придбання, мита, непрямих податків, що не підлягають відшкодуванню, та інших витрат, безпосередньо пов′язаних з його придбанням та доведенням до стану, у якому він стає придатним для використання за призначенням.

Залишкова вартість нематеріального активу – це його реально ічнуюча вартість на певний момент використання.

Справедлива вартість нематеріального активу – це його поточна ринкова вартість.

Оціночна вартість нематеріальних активів – це така вартість, яку підприємство сплатило б за актив у разі операції обміну між обізнаними, зацікавленими та незалежними сторонами.

Активи, отримані підприємством безоплатно або внаслідок об'єднання підприємств, оцінюються за справедливою вартістю, яка стає їх первісною вартістю.

Власні нематеріальні активи оцінюють найчастіше за собівартістю, а покупні – за їх справедливою (ринковою) вартістю.

На нематеріальні активи нараховується амортизація протягом строку їх корисного використання, який встановлюється підприємством самостійно. При визначенні строку корисного використання нематеріального активу слід враховувати:

- моральний знос, що передбачається;
- правові або інші обмеження щодо строків використання.

Метод амортизації нематеріального активу вибирається підприємством самостійно, виходячи з умов отримання майбутніх економічних вигод. Якщо такі умови визначити неможливо, то амортизація нараховується із застосуванням прямолінійного методу. Розрахунки амортизації нематеріальних активів здійснюються аналогічними методами, як і для основних засобів підприємства. Під час розрахунку вартості, яка амортизується, ліквідаційна вартість нематеріальних активів прирівнюється до нуля. Нарахування амортизації починається з місяця, наступного за місяцем постановки його на баланс.

Контрольні питання

1. Які основні складові інтелектуального капіталу?
2. Які складові має організаційний капітал?
3. Які функції виконує інтелектуальний капітал?
4. В чому полягає охоронна функція інтелектуального капіталу?
5. В чому полягає інформаційна функція інтелектуального капіталу?
6. Що називається нематеріальним активом?
7. Навести приклад нематеріальних активів, пов'язаних із технічними та прикладними науками, технічним прогресом.
8. Які нематеріальні активи пов'язані з ринком? з контрактом?

9. Яким чином відтворюється вартість нематеріальних активів?
10. Які види оцінки нематеріальних активів існують у міжнародній практиці?

Тести

1. Захищені комерційні права, інтелектуальна власність, нематеріальні активи, що сприяють оновленню підприємства, відносяться до його капіталу ...

а) клієнтів
б) інновацій
в) процесів
г) інформації.

2. Інтелектуальний капітал, який може бути оформлений у власність або стати об'єктом купівлі-продажу, називається ...

а) людським
б) організаційним
в) споживчим
г) матеріальним.

3. Сприяння вирішенню соціально-економічних, культурних та інших завдань – це зміст ... функції інтелектуального капіталу.

а) науково-дослідної;
б) аксіологічної;
в) інтегративної;
г) практичної.

4. Трансформація знань у нові результати інтелектуальної діяльності – це зміст ... функції інтелектуального капіталу.

а) інформаційної;
б) пізнавально-гносеологічної;
в) перетворювальної;
г) регулятивної.

5. Об′єктами винаходу можуть стати:

а) механізм із принципово новим рішенням параметрів;
б) новий спосіб збуту продукції;
в) новий хімічний елемент;
г) нова порода тварин.

6. До нематеріальних активів, пов'язаних з технічними науками та інновацією, відносять ...

а) запатентовані технології;
б) секрети виробництва;
в) нові мови програмування;

г) торгову марку.

7. До ідентифікованих нематеріальних активів відносять ...
а) патенти;
б) торгові знаки;
в) авторські права;
г) гудвіл.

8. Нематеріальний актив, що виникає в результаті використання кращих управлінських якостей, домінуючої позиції на ринку товарів і послуг, називається ...
а) раціоналізаторською пропозицією;
б) ноу-хау;
в) франшизою;
г) гудвілом.

9. Активи, отримані підприємством безоплатно або внаслідок об'єднання підприємств, оцінюються за ... вартістю.
а) справедливою;
б) залишковою;
в) ліквідаційною;
г) оціночною.

10. При визначенні строку корисного використання об′єкта нематеріальних активів враховують ...
а) передбачуваний моральний знос;
б) передбачуваний фізичний знос;
в) правові обмеження щодо строків використання;
г) особливості методів амортизації.

12. ОСНОВНИЙ КАПІТАЛ

1. Основний капітал підприємства та його складові.
2. Основні засоби та їх класифікація.
3. Оцінка основних засобів.
4. Фізичний і моральний знос основних засобів.
5. Способи запобігання та усунення фізичного зносу.
6. Амортизація основних засобів.
7. Показники використання основних засобів.
8. Просте й розширене відтворення основних засобів.
9. Напрями підвищення ефективності використання основних засобів.

1. Основний капітал підприємства та його складові.

Основний капітал можна визначити як суму двох складових частин балансу, а саме:

Основний капітал	=	Необоротні активи	+	Довгострокові фінансові інвестиції

Отже, до основного капіталу належать вкладення в необоротні активи у вигляді вартості матеріальних активів (основних засобів у робочому стані, незавершених капітальних вкладень, нематеріальних активів) і довгострокових фінансових інвестицій. Характерні ознаки *необоротних активів*: очікуваний строк їх корисного використання (експлуатації) – більше року або операційного циклу, довшого за рік (основні засоби, нематеріальні активи, довгострокові фінансові інвестиції); поступове зменшення їх вартості у зв'язку з фізичним або моральним зношенням (основні засоби і нематеріальні активи); відшкодування їх вартості (основні засоби, нематеріальні активи, довгострокові фінансові інвестиції).

Основними засобами прийнято вважати матеріальні активи, що утримуються підприємством з метою використання їх у процесі виробництва, надання послуг, здавання в оренду, очікуваний або встановлений строк корисного використання (експлуатації) яких більше року (або операційного циклу, якщо він довший за рік) та вартість яких перевищує 2500 грн і поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом. Основні засоби мають грошову оцінку і відображаються у балансі підприємства як основні активи.

Довгострокові фінансові інвестиції – фінансові інвестиції на період більше року, а також інші фінансові інвестиції, що не можуть бути вільно реалізовані в будь-який час. До таких інвестицій належать придбання акцій, облігацій, депозитних сертифікатів, казначейських зобов'язань та інших цінних паперів, тобто активи, які утримує підприємство з метою одержання прибутку за рахунок відсотків, дивідендів, зростання вартості капіталу або отримання інших вигод.

2. Основні засоби та їх класифікація.

Основні засоби підприємства – це засоби праці, які неодноразово беруть участь у виробничому процесі, не змінюючи при цьому своєї первинної форми, але поступово зношуючись. Вони мають вартість, яка, в міру їх спрацювання, переноситься на собівартість вироблюваної продукції частинами у вигляді амортизаційних відрахувань. Основні засоби класифікуються за рядом ознак (табл.12.1).

За функціональним призначенням основні засоби поділяються на виробничі та невиробничі. До *виробничих* основних засобів відносяться ті, що беруть безпосередню участь у виробничому процесі, або обслуговують його.

До *невиробничих* основних засобів відносяться ті, що не беруть участі у виробничому процесі, але знаходяться на балансі промислового підприємства. Наприклад, відомчі житлові будинки, дитячі ясла, лікарня тощо. Оскільки

невиробничі засоби не беруть участі у виробничому процесі, то їх вартість не переноситься на вартість вироблюваної продукції. Їх зношування відшкодовується за рахунок бюджетних асигнувань або іншим способом.

Таблиця 12.1

Класифікація основних засобів підприємства

Основні засоби підприємства					
Галузева приналежність	***Функціональне призначення***	***Участь у процесі виробництва***	***Матеріальний с к л а д***	***Майнова належ-ність***	***Ступінь використання***
основні засоби - промисловості; - сільського господарства; - транспорту; -інші	- виробничі - невиробничі	- активні - пасивні	- будівлі - споруди - передавальні пристрої - робочі машини і устаткування -інші	- власні - залучені	- ті, що знаходяться в експлуатації - ті, що находяться в резерві (законсервовані)

За ступенем участі в процесі виробництва основні засоби поділяються на активні й пасивні. Активна частина є провідною в оцінці технічного рівня виробництва. До неї, в першу чергу, відносяться машини й обладнання, транспортні засоби. Пасивна частина основних засобів є допоміжною і забезпечує нормальну роботу активних елементів основних засобів (будівлі, споруди). Співвідношення між активною і пасивною частинами виробничих основних засобів визначає їх виробничу *структуру*.

Вважається, що структура основних засобів тим прогресивніша і ефективніша, чим більший відсоток у ній становить активна частина. Але такі порівняння доцільно робити між одногалузевими підприємствами, оскільки різні галузі промисловості характеризуються різними структурами основних засобів. Наприклад, в енергетиці ≈ 70% основних засобів становить їх активна частина, а у текстильній промисловості вона складає ≈ 40% основних засобів.

Для потреб бухгалтерського обліку основні засоби підприємства ***за матеріальним складом*** поділяються на групи:

1. Земельні ділянки.
2. Капітальні витрати на поліпшення земель.
3. Будинки, споруди та передавальні пристрої.
4. Машини та обладнання.
5. Транспортні засоби.
6. Інструменти, прилади, інвентар, меблі.
7. Робоча і продуктивна худоба.
8. Багаторічні насадження.
9. Інші основні засоби.

Будівлі – будівельні об′єкти, призначення яких – створення необхідних умов для праці людей. В них розміщуються основні, допоміжні та обслуговуючі виробництва, лабораторії, управлінські структури підприємства тощо.

Споруди – інженерно-будівельні об′єкти, які призначені для здійснення технічних або технологічних функцій, пов′язаних із виробництвом. Це – насосні станції, тоннелі, мости, очисні споруди, естакади тощо.

Передавальні пристрої. За їх допомогою передається енергія різних видів: електрична, теплова, механічна, а також системи, по яких передаються рідкі й газоподібні речовини: нафта, кисень, газ природний, стиснуте повітря тощо.

Машини та обладнання, в тому числі:

- силові машини і устаткування, які призначені для виробітку та перетворення енергії: генератори, двигуни, турбіни тощо;
- робочі машини та устаткування, які використовуються безпосередньо для роботи з предметами праці: верстати, преси, молоти тощо;
- вимірювальні, електронні та регулюючі пристрої, лабораторне обладнання;
- обчислювальна, офісна техніка;
- інші машини й обладнання (обладнання телефонних станцій, спостережна апаратура тощо).

Транспортні засоби. Вони призначені для транспортування вантажів і людей в межах підприємства та поза нього (автомобілі різних видів, залізничний рухомий склад, морські та річкові судна тощо).

Інструменти всіх видів та оснащення, що кріпиться до машин і служить для обробки виробів більше одного року.

Виробничий та господарський інвентар – для полегшення виробничих операцій: робочі столи, верстаки, тара для зберігання сипучих речовин; інвентар конторського призначення: шафи, столи, інші офісні меблі, та пристрої тощо.

Інші основні засоби – бібліотечні фонди, малоцінні необоротні активи, тимчасові споруди, інвентарна тара тощо.

За майновою належністю основні засоби поділяються на власні, які повністю належать підприємству та залучені, які можуть бути власністю інших підприємств і, наприклад, на умовах оренди використовуються на даному підприємстві.

<u>Не відносяться до основних засобів</u> підприємства:

- *засоби праці зі строком корисного використання меншим, ніж 12 місяців, незалежно від їх вартості;*
- *малоцінні предмети виробничого оснащення;*
- *змінне обладнання (таке, що багаторазово використовується у виробництві у вигляді зйомних пристосувань до основних засобів);*
- *спецодяг, спецвзуття, формений одяг;*
- *предмети, що призначені для передання в оренду;*
- *багаторічні насадження, які вирощуються в питомниках як посадковий матеріал.*

3. Оцінка основних засобів.

Кожен об′єкт, який належить до основних засобів, має кілька вартісних оцінок, що зумовлене їх тривалим функціонуванням.

Оцінка основних засобів – це грошовий вираз їх вартості. Застосовуються такі види оцінки: первісна, справедлива, відновлена (переоцінена), залишкова, ліквідаційна.

Первісна вартість основних засобів – це їх вартість на момент введення в дію. Вона має такі складники:

$$\mathbf{Вп = В_{придб} + В_{тр} + В_{монт} + В_{ін}}\ , \qquad (12.1)$$

де $\mathbf{В_{придб}}$ – вартість придбання основних засобів; $\mathbf{В_{тр}}$ – вартість їх транспортування до території підприємства; $\mathbf{В_{монт}}$ – вартість монтажу; $\mathbf{В_{ін}}$ – інші витрати, пов′язані з придбанням основних засобів (ввізне мито і митні збори, комісійні посереднику, витрати зі страхування ризиків доставки тощо).

Справедлива вартість основних засобів – це їх ринкова вартість, яка визначається як сума грошей, за яку даний об'єкт основних засобів може бути придбаний або обміняний незалежною стороною.

Якщо вартість основних засобів значно відрізняється від їх справедливої вартості на дату балансу, то її можна переоцінити. При цьому виникає ***відновлена*** (переоцінена) вартість.

Відновлена (переоцінена) вартість основних засобів – це вартість їх відтворення в умовах і цінах, що склалися на момент проведення переоцінки. Вона враховує ті ж самі витрати, що й первісна (залишкова) вартість, але за сучасними цінами. Відновлену вартість визначають на основі генеральної інвентаризації. З метою визначення відновленої вартості основних засобів застосовують розрахункові методи, зокрема індексацію. Відновлена вартість визначається за формулою:

$$\mathbf{В_{відн} = В_{перв(зал)} \cdot i}\ , \qquad (12.2)$$

де **i** – індекс переоцінки, який визначається діленням справедливої вартості об′єкта, що переоцінюється, на його первісну (залишкову) вартість.

Переоцінка вартості основних засобів підприємства може проводитися за рішенням уряду з метою активізації інвестиційних процесів, збільшення питомої ваги власних джерел фінансування капітальних вкладень та послаблення впливу індексації основних засобів на зростання цін або за ініціативою самих підприємств.

Залишкова вартість з′являється в процесі експлуатації основних засобів і характеризує їх реально існуючу вартість, ще не перенесену на собівартість вироблюваної продукції:

$$\mathbf{В_{зал} = В_{перв} – А}\ , \qquad (12.3)$$

де **А** – амортизаційні відрахування, які вже зроблені за попередні періоди.

Ліквідаційна вартість ($\mathbf{В_{лік}}$) – це сума коштів або вартість інших активів, які підприємство очікує отримати від реалізації (ліквідації) необоротних активів після закінчення строку їх корисного використання (експлуатації) за вирахуванням витрат, пов′язаних із продажем (ліквідацією) основних засобів після закінчення строку експлуатації.

4. Фізичний і моральний знос основних засобів.

Основні засоби поступово зношуються, тобто втрачають свої первісні характеристики внаслідок експлуатаційних навантажень або сил природи. Активна частина основних засобів зношується швидше, адже тиск експлуатаційних навантажень на неї відчутніший. Для неї розрізняють два види зносу: фізичний і моральний. Пасивна частина основних засобів теж поступово зношується, але не такими стримкими темпами. Їй притаманний лише фізичний знос. Для усіх основних засобів їх вартість в міру спрацювання поступово втрачається.

Фізичний знос активної частини основних засобів настає під впливом виробничих навантажень та навколишнього середовища: деформуються вузли й деталі устаткування, піддається корозії метал тощо. Ступінь фізичного зносу основних засобів характеризують коефіцієнтом фізичного зносу і визначають одним з двох методів:

- *за строком експлуатації:* $K_{фіз} = \frac{T_ф}{T_н}$, (12.4)

де $T_ф$ – фактичний час роботи; $T_н$ – нормативний час роботи одиниці основного засобу;

- *за даними економічного характеру:* $K_{фіз} = \frac{A_{зн}}{B_{перв}}$, (12.5)

де $A_{зн}$ – величина зносу від початку експлуатації; $B_{перв}$ – первісна вартість певного основного засобу.

Моральний знос означає знецінення активної частини діючих основних засобів до настання їх реального фізичного зносу. Таке знецінення відбувається під впливом науково-технічного прогресу через появу нового покоління технічних засобів з кращими технічними характеристиками або внаслідок здешевлення виробництва у сучасних умовах. Ступінь морального зносу характеризують коефіцієнтом морального зносу і визначають за формулами:

$$K_{мор} = \frac{B_{перв} - B_{відн}}{B_{перв}} \quad \text{або} \quad K_{мор} = 1 - \frac{B_н}{B_д} \times \frac{П_д}{П_н} \quad , \qquad (12.6)$$

де $B_н$, $B_д$ – повна вартість нового і діючого основного засобу, а $П_н$, $П_д$ – відповідно їх продуктивності.

Вводять також поняття коефіцієнта *загального (інтегрального)* зносу, який являє собою комбінацію двох попередніх коефіцієнтів:

$$\mathbf{К_{заг} = 1 - (1 - К_{фіз}) \times (1 - К_{мор})} \qquad (12.7)$$

5. Способи запобігання та усунення фізичного зносу.

Для запобігання та усунення фізичного зносу на підприємствах застосовуються різні форми відтворення основних засобів: ремонт, модернізація, реконструкція тощо. Виокремлюють два основні види ремонтів: *поточний* і *капітальний*.

Поточний ремонт полягає у проведенні дрібних налагоджувальних або профілактичних робіт. Він проводиться на підприємствах періодично, є незначним за тривалістю та вартістю. Витрати на такі ремонти планують, і відносять на собівартість продукції в тому періоді, в якому здійснюють. Мета

поточного ремонту – зберегти виробниче устаткування в придатному стані для подальшого продуктивного використання.

Капітальний ремонт призначений для максимально можливого відновлення його первісних техніко-експлуатаційних характеристик. Капітальний ремонт є масштабнішим порівняно з поточним, потребує значних витрат часу й коштів. Витрати на капітальний ремонт частково відносять на собівартість вироблюваної продукції у період його здійснення, а решту витрат відносять на амортизацію основних засобів і відшкодовують поступово, разом із їх первісною вартістю. Перед початком капітального ремонту завжди існує альтернатива: проводити капітальний ремонт або придбати нову одиницю основного засобу. Остаточне рішення приймається на підставі економічних обгрунтувань.

6. Амортизація основних засобів.

Амортизація – це процес перенесення вартості основних засобів на собівартість вироблюваної продукції частинами (в міру спрацювання) з метою її повного відшкодування.

До витрат, що підлягають амортизації, належать витрати на:

- придбання та введення в експлуатацію основних засобів;
- самостійне виготовлення основних засобів;
- проведення капітального ремонту, реконструкції, модернізації та інших видів поліпшення основних засобів.

Повна сума амортизаційних відрахувань за нормативний термін їх використання може складатися із суми первісної вартості та витрат на підтримку їх у робочому стані:

$$\mathbf{A = B_{перв} + B_{к.р.} + B_{поліпш}}, \qquad (12.8)$$

де $\mathbf{B_{перв}}$ - первісна вартість основного засобу; $\mathbf{B_{к.р.}}$ – вартість капітальних ремонтів; $\mathbf{B_{поліпш}}$ – вартість інших способів поліпшення основних засобів.

Амортизаційні відрахування здійснюються протягом усього терміну їх корисного використання і призупиняються на період реконструкції, модернізації, добудови або консервації.

Суми амортизаційних відрахувань на підприємстві буває зручно визначати за допомогою річних норм амортизації. Річна норма амортизації (n_a) виражається у відсотках і обчислюється за формулою:

$$n_a = \frac{B_{перв} - B_{лік}}{B_{перв} \times T_н} \times 100\% \qquad (12.9)$$

Залежно від груп, до яких віднесені основні засоби, встановлені такі допустимі строки їх амортизації (табл.12.2).

Для амортизації основних засобів підприємство може вибрати один із зазначених нижче методів:

1) прямолінійного;
2) зменшення залишкової вартості;
3) прискореного зменшення залишкової вартості;
4) кумулятивного;

5) виробничого.

Таблиця 12.2

Дрпустимі строки амортизації по групах основних фондів

Г р у п и	***Мінімально допустимі строки амортизації, 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, з них:	**5**
електронно-обчислювальні машини, інші машини для автоматичного оброблення інформації, пов'язані з ними засоби зчитування або друку інформації, пов'язані з ними комп'ютерні програми (крім програм, 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 грн	**2**
група 5 - транспортні засоби	**5**
група 6 - інструменти, прилади, інвентар (меблі)	**4**
група 7 - тварини	**6**
група 8 - багаторічні насадження	**10**
група 9 - інші основні засоби	**12**
група 10 - бібліотечні фонди	**-**
група 11 - малоцінні необоротні матеріальні активи	**-**
група 12 - тимчасові (нетитульні) споруди	**5**
група 13 - природні ресурси	**-**
група 14 - інвентарна тара	**6**
група 15 - предмети прокату	**5**
група 16 - довгострокові біологічні активи	**7**

На основні засоби груп 1 та 13 амортизація не нараховується.

Біологічний актив – тварина або рослина, яка в процесі біологічних перетворень здатна давати сільськогосподарську продукцію та/або додаткові біологічні активи, а також приносити в інший спосіб економічні вигоди.

Поточні біологічні активи – біологічні активи, здатні давати сільськогосподарську продукцію та/або додаткові біологічні активи, приносити в інший спосіб економічні вигоди протягом періоду, що не перевищує 12 місяців, а також тварини на вирощуванні та відгодівлі.

Довгострокові біологічні активи – усі біологічні активи, які не є поточними біологічними активами.

1.Прямолінійний метод є найпоширенішим. Він характеризується рівномірністю розподілу сум амортизації між обліковими періодами. Річна сума амортизації визначається діленням вартості, яка амортизується, на строк корисного використання об'єкта основних засобів. Щорічну суму амортизаційних відрахувань (AB_p) визначають за формулою:

$$AB_p = \frac{B_{перв} \times n_a}{100}, \qquad (12.10)$$

де $B_{перв}$ – первісна вартість групи основних засобів; n_a – річна норма амортизації.

Щорічна сума амортизаційних відрахувань (AB_p) може визначатися також діленням повної суми амортизаційних відрахувань (A) на нормативний термін використання основних засобів ($T_н$): $AB_p = \frac{A}{T_н}$. (12.11)

<u>*2. Метод зменшення залишкової вартості*</u> полягає у визначенні суми амортизації основних засобів, виходячи із їх залишкової вартості ($ОЗ_{зал}$) на початок року: $AB_p = B_{зал} \cdot n_a / 100$, (12.12)

$$n_a = (1 - \sqrt[n]{\frac{B_{лік}}{B_{перв}}}) \cdot 100\% \quad (12.13)$$

де n – термін корисного використання основних засобів.

<u>*3. Метод прискореного зменшення залишкової вартості*</u> передбачає нарахування амортизації, виходячи із залишкової вартості основних засобів на початок року і подвійної річної норми амортизації, розрахованої для потреби прямолінійного методу: $AB_p = \frac{B_{зал} \times (2 \times n_a)}{100}$, (12.14)

де n_a обчислюється як у випадку рівномірної амортизації.

<u>*4. Кумулятивний метод*</u> (цілих значень років) дає суму щорічної амортизації, що визначається як добуток амортизованої вартості основних засобів на кумулятивний коефіцієнт (k):

$$AB_p = (B_{перв} - B_{лікв}) \cdot k . \quad (12.15)$$

<u>*5. Виробничий метод*</u> застосовують тоді, коли для відшкодування вартості основних засобів використовують їх сумарний виробіток за весь період експлуатації у відповідних одиницях виміру (одиницях виробленої продукції, відпрацьованих машино-годинах, кубометрах, кілометрах пробігу тощо). Річна сума амортизації визначається як добуток фактичного річного обсягу ($Q_{факт}$, грн) випуску продукції (робіт, послуг) та виробничої ставки амортизації (q):

$$AB_p = Q_{факт} \cdot q , \quad (12.16)$$

$$q = (B_{перв(зал)} - B_{лікв}) / Q_{план} , \quad (12.17)$$

де $Q_{план}$ – загальний обсяг продукції (у грн), який підприємство планує виробити за допомогою даного основного засобу.

За кожним інвентарним об'єктом основних засобів ведеться окремий аналітичний облік. Віднесення сум амортизації на витрати виробництва здійснюють щомісяця.

Введення в дію та вибуття основних засобів на підприємствах відбувається нерівномірно протягом року. Тому для обчислення деяких економічних показників використовують показник *середньорічної* вартості основних засобів:

$$B_{сер} = B_{поч} + B_{введ} \times \frac{k}{12} - B_{вив} \times \frac{12 - k_1}{12} , \quad (12.18)$$

де $B_{поч}$ – вартість основних засобів на початок розрахункового року; $B_{введ}$ – вартість основних засобів, що вводяться протягом цього року; $B_{вив}$ – вартість основних засобів, які виводяться з експлуатації у розрахунковому році; k, k_1 –

кількість місяців, протягом яких відповідні групи основних засобів експлуатувалися у розрахунковому році.

7. Показники використання основних засобів.

Про ефективність використання основних засобів підприємства за певний період часу судять по *показниках їх використання*, які поділяють на дві групи: узагальнені й окремі.

Узагальнені – це такі показники, які використовуються на всіх рівнях національної економіки та її галузей. Головні серед них:

- *Фондовіддача* основних засобів – це відношення обсягу виробленої (реалізованої) продукції підприємства (*Q*) до середньої вартості основних засобів ($В_{сер}$), обчислених за певний період часу. Показник фондовіддачі показує, який обсяг виробленої (реалізованої) продукції приходиться на 1 грн вартості основних засобів**:**

$$Ф_в = \frac{Q}{\overline{Всер.}} \qquad (12.19)$$

- *Фондомісткість* основних засобів – це показник, обернений до попереднього. Фондомісткість показує, яка вартість основних засобів припадає на 1 грн виробленої продукції:

$$Ф_м = \frac{\overline{Всер.}}{Q} \quad ; \qquad Ф_м = \frac{1}{Ф_в} \qquad (12.20)$$

- *Фондоозброєність праці* – показує, яка вартість основних засобів підприємства приходиться в середньому на одного працюючого:

$$Ф_о = \frac{\overline{Всер.}}{Ч} \quad , \qquad (12.21)$$

де $Ч$ – середня чисельність працюючих, визначена за той саме період часу, що й середня вартість основних засобів.

- *Рентабельність* основних засобів – це відношення прибутку, отриманого підприємством, до середньої вартості його основних засобів, обчислених за певний період часу.

Окремі показники використовуються підприємствами на рівні цехів і поділяються на показники *інтенсивного* (характеризують величину виходу продукції в одиницю часу) та *екстенсивного* (характеризують використання основних засобів протягом певного часу) використання. Серед них:

- *Коефіцієнт змінності роботи устаткування* – це відношення загальної кількості відпрацьованих машино-змін за певний період часу до кількості машин: $K_{зм} = \frac{\sum машино-змін}{\sum машин}$ (12.22)
- *Коефіцієнт напруженості використання устаткування*:

$$K_{нап} = Q \ / \ \sum машин \ . \qquad (12.23)$$

- *Коефіцієнт інтенсивного навантаження:*

$$K_{інт} = q / П \quad або \quad K_{інт} = t_ф / t_н \ , \qquad (12.24)$$

де q – кількість продукції, виготовленої за одиницю часу; $П$ – продуктивність устаткування; $t_ф$, $t_н$ – відповідно фактично витрачений час на виготовлення одиниці продукції і технічно обгрунтована норма часу на виготовлення одиниці цієї ж продукції.

- *Коефіцієнт екстенсивного навантаження:*

$$К_{екст} = \frac{Ф_{еф}}{Ф_н} \qquad (12.25)$$

де $Ф_{еф}$, $Ф_н$ – відповідно ефективний і номінальний фонд часу роботи устаткування за розрахунковий період.

- *Коефіцієнт інтегрального навантаження:*

$$К_{інтегр} = К_{інт} \cdot К_{екст} \qquad (12.26)$$

- *Коефіцієнт використання виробничої потужності:*

$$К_{вик} = Q_{факт} \ / \ ВП \qquad (12.27)$$

де $Q_{факт}$ – фактичний випуск продукції; $ВП$ – виробнича потужність, яка розраховується на певний період часу.

- *Коефіцієнт оновлення основних засобів:*

$$К_{онов} = В_{вв} / В_{кін} , \qquad (12.28)$$

де $В_{вв}$ – вартість основних засобів, які було введено в експлуатацію протягом розрахункового року; $В_{кін}$ – вартість основних засобів на кінець цього року.

- *Коефіцієнт вибуття основних засобів:*

$$К_{виб} = В_{виб} / В_{поч} , \qquad (12.29)$$

де $В_{виб}$ – вартість основних засобів, які було виведено з експлуатації протягом розрахункового року; $ОВ_{поч}$ – вартість основних засобів на початок цього року.

8. Просте й розширене відтворення основних засобів.

На підприємстві постійно відбувається процес простого й розширеного відтворення основних засобів. ***Просте*** відтворення основних засобів відбувається через амортизацію. ***Розширене*** відтворення основних засобів передбачає зростання доходів підприємства через збільшення обсягів виробництва і відбувається шляхом:

- *технічного переозброєння* діючого підприємства (впровадження нової техніки, технології, механізація та автоматизація виробництва, модернізація та заміна застарілого устаткування);
- *реконструкції* діючого підприємства (повне або часткове переобладнання виробництва, можливе спорудження нових або розширення існуючих допоміжних та обслуговуючих об′єктів);
- *розширення* діючого підприємства (спорудження другої та наступних його черг, додаткових виробничих комплексів, нових цехів або розширення існуючих);
- *нового будівництва* (спорудження окремих об'єктів або підприємств, що проводиться на нових будівельних майданчиках).

9. Напрями підвищення ефективності використання основних засобів.

Основними напрямами підвищення ефективності використання основних засобів є:

- установка, монтаж та введення в експлуатацію основних засобів у найкоротші терміни;
- збільшення капіталовкладень в активну частину основних засобів;
- максимально можливе використання календарного фонду часу згідно з технічними характеристиками обладнання;
- вчасне проведення профілактичних, планово-попереджувальних ремонтів;
- забезпечення належного обслуговування та дотримання необхідних умов експлуатації устаткування;
- своєчасне оновлення основних виробничих фондів підприємства;
- застосування прогресивних форм організації виробничих процесів на підприємстві;
- рівномірне завантаження устаткування протягом робочого дня;
- підвищення професійно-кваліфікаційного рівня обслуговуючого персоналу.

Контрольні питання

1. Охарактеризувати складові основного капіталу.
2. Що таке основні засоби і яка їх роль у процесі виробництва?
3. Які різновиди основних засобів за матеріальним складом?
4. Які види оцінки основних засобів застосовують на підприємствах?
5. Які причини зумовлюють фізичний знос основних засобів і який показник його характеризує?
6. Які способи запобігання фізичному зносу?
7. В чому суть процесу амортизації та яка її мета?
8. Які методи амортизації може вибирати підприємство?
9. Які узагальнені показники використання основних засобів вам відомі?
10. Якими шляхами відбувається розширене відтворення основних засобів?

Тести

1. До основних засобів на підприємстві відносять ...

а) адміністративне приміщення
б) статутний фонд
в) газ природний
г) транспорт.

2. Ефективність використання основних засобів підприємства безпосередньо визначають показниками ...

а) дохід, прибуток, визначені за певний період часу
б) коефіцієнт змінності, коефіцієнт закріплення операцій
в) фондовіддача, рентабельність
г) продуктивність праці, виробіток.

3. Амортизації на промисловому підприємстві підлягають його ...

а) ліфти, транспортери
б) земля
в) малоцінний інвентар
г) програмне забезпечення.

4. Будівлі, споруди, передавальні пристрої відносяться до категорії … підприємства.

а) "оборотний капітал"
б) "необоротний капітал"
в) "нематеріальні ресурси"
г) "трудові ресурси".

5. Первісна вартість комп'ютера становила 6500 грн, ліквідаційна вартість – 200 грн. Термін корисного використання 6 років. Яка залишкова вартість комп'ютера після трьох років експлуатації, якщо для амортизації використовували кумулятивний метод?

а) 3150 грн
б) 2100 грн
в) 1800 грн
г) інша відповідь.

6. Залишкова вартість верстату після 1 року експлуатації становила 10,2 тис.грн. Річна норма амортизації 15%. Яка була його первісна вартість, якщо амортизація здійснювалася прямолінійним методом?

а) 10,35 тис.грн
б) 15,6 тис.грн
в) 12 тис.грн
г) інша відповідь.

7. На початок розрахункового року вартість групи устаткування на підприємстві становила 250 тис.грн. З 1 квітня будуть введені додаткові виробничі потужності на суму 40 тис.грн. Якою буде середньорічна вартість устаткування в розрахунковому році?

а) 290 тис.грн
б) 277 тис.грн
в) 280 тис.грн
г) інша відповідь.

8. Відомо, що в цеху підприємства на 1 грн вартості виробленої продукції приходиться 0,8 грн вартості устаткування. Якою є фондомісткість устаткування даного цеха?

а) 1,25
б) 0,80
в) 0,45

г) інша відповідь.

9. Підприємство три роки тому придбало комп'ютер за ціною 3000 грн. Строк його корисного використання - 5 років. Теперішня ринкова вартість комп'ютерів аналогічного класу становить 2400 грн. Розрахувати коефіцієнт загального (інтегрального) зносу комп'ютера на сьогоднішній день.

а) 0,75
б) 0,32
в) 0,68
г) інша відповідь.

10. Вартість придбання виробничої машини 25 тис.грн, на її транспортування витратили 3 тис.грн, на монтаж і наладку – 4,5 тис.грн. Її ліквідаційна вартість визначена у 2,5 тис.грн. Яку суму потрібно при цьому амортизувати?

а) 35 тис.грн
б) 30 тис.грн
в) 28 тис.грн
г) інша відповідь.

13. ОБОРОТНИЙ КАПІТАЛ

1. Роль оборотного капіталу в діяльності підприємства, його склад і структура.
2. Джерела формування оборотного капіталу.
3. Нормування оборотних коштів.
4. Оптимізація виробничих запасів.
5. Показники використання оборотного капіталу.
6. Вплив прискорення оборотності оборотного капіталу на ефективність діяльності підприємства.

1. Роль оборотного капіталу в діяльності підприємства, його склад і структура.

Окрім основного капіталу кожне підприємство обов′язково повинне мати й оборотний капітал. ***Оборотний капітал*** – це фінансові ресурси, вкладені в об′єкти, використання яких здійснюється підприємством протягом одного операційного циклу або протягом відносно короткого календарного періоду (як правило, не більше одного року). Оборотний капітал, що вкладається у виробництво і реалізацію продукції, повністю споживається підприємством та відтворюється в момент реалізації готової продукції.

Оборотний капітал поряд з основним відноситься до найважливіших ресурсів виробництва. Недостатня забезпеченість підприємства оборотними коштами зупиняє його нормальну діяльність і призводить до погіршення фінансового стану.

Якщо основний капітал можна вважати статичною складовою економічної діяльності підприємства, то оборотний капітал забезпечує її динамічну складову**.** Оборотний капітал постійно знаходиться в русі. Під час свого кругообігу він проходить три стадії перетворень:

1. **Заготівельна стадія** – **"**гроші → оборотні засоби**"** – охоплює період, що є необхідним для створення виробничих запасів. Оборотний капітал у вигляді грошей на цій стадії використовується для закупівлі сировини, матеріалів та інших предметів праці.
2. **Виробнича стадія** – "оборотні засоби → готова продукція" – починається з отримання предметів праці і завершується відправленням готової продукції на склад підприємства. Оборотний капітал на цій стадії представлений предметами праці, незавершеним виробництвом та готовою продукцією.
3. **Стадія реалізації (товарна)** – "готова продукція → гроші" – починається з реалізації товарної продукції зі складу підприємства і закінчується отриманням виручки. Оборотний капітал на цій стадії перебуває у вигляді товарної продукції та грошей.

Таким чином оборотний капітал здійснює свій оборот, і надалі все повторюється. Увесь оборотний капітал підприємства в залежності від ролі, яку він відіграє у виробничому процесі, поділяють на **оборотні фонди** ***(оборотний капітал у виробництві)*** та **фонди обігу** ***(оборотний капітал в обігу).*** Структура оборотного капіталу представлена наступною схемою (рис. 13.1).

Матеріальною основою оборотного капітала у виробництві є оборотні фонди. ***Оборотні фонди*** **–** це частина оборотного капіталу, яка споживається в одному виробничому циклі. Їх вартість відразу й повністю переносять на собівартість вироблюваної продукції. Оборотні фонди обслуговують сферу виробництва. До складу оборотних фондів виробничого підприємства відносять:

1. *Виробничі запаси* – це предмети праці, які підприємство запасає з метою подальшої переробки під час виробничого процесу:

- сировина;
- основні й допоміжні матеріали;
- покупні напівфабрикати;
- комплектуючі вироби;
- паливно-мастильні матеріали;
- тара;
- запасні частини для ремонту устаткування;
- малоцінний та швидкозношуваний інвентар (засоби праці, які мають термін використання не більше одного року а їх вартість не перевищує 2500 грн/од. за ціною придбання).

2. *Незавершене виробництво* – це продукція, яка ще не пройшла всіх стадій обробки. У вартісному вираженні – це витрати на придбання різних видів енергії, заробітну плату та інші кошти, необхідні для завершення процесу виробництва.

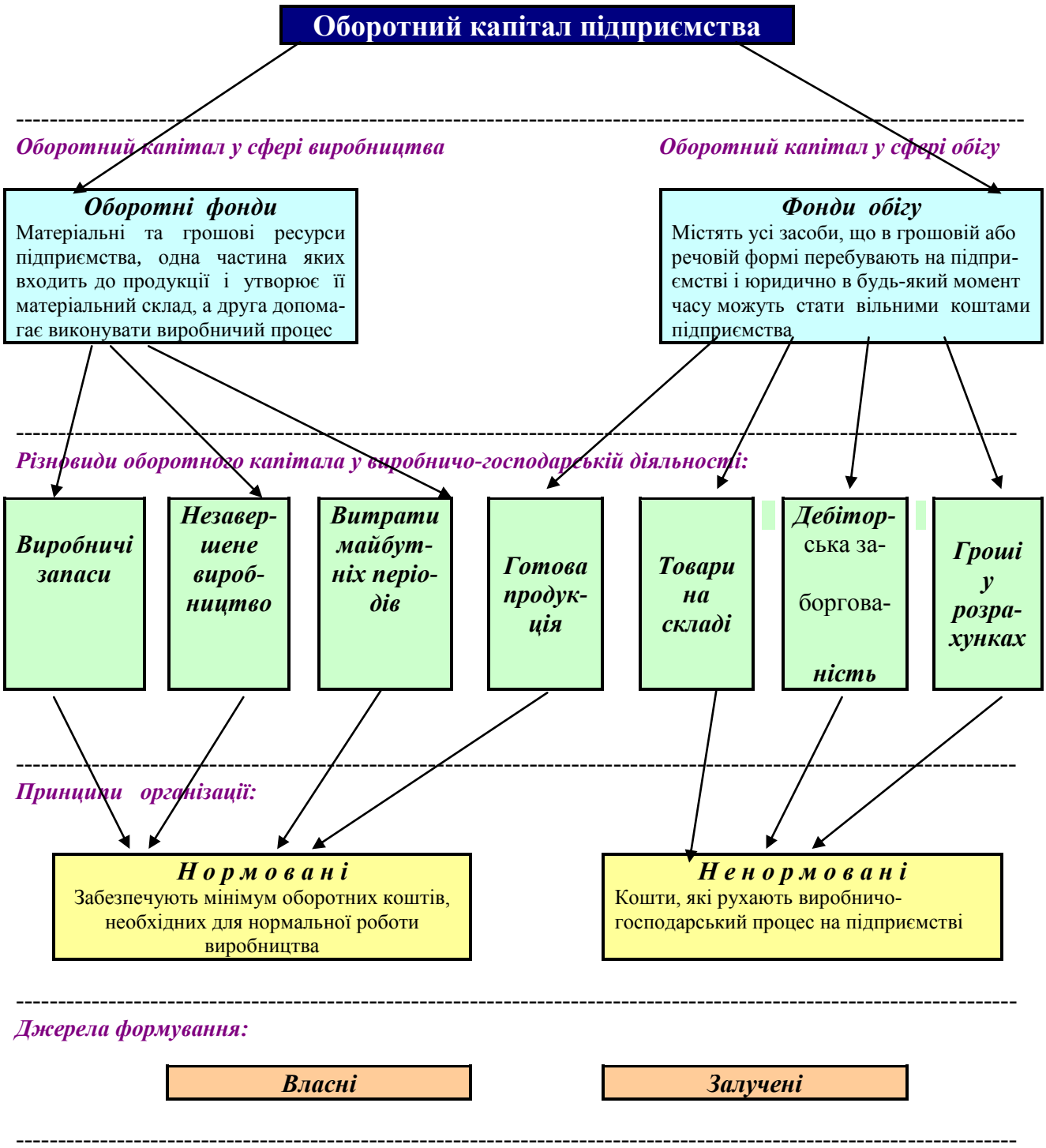


Рис. 13.1. Схема складу оборотного капіталу підприємства.

3. *Витрати майбутніх періодів* – це витрати, які здійснюються у поточному часі, але на собівартість продукції будуть перенесені в більш пізніх (майбутніх) періодах.

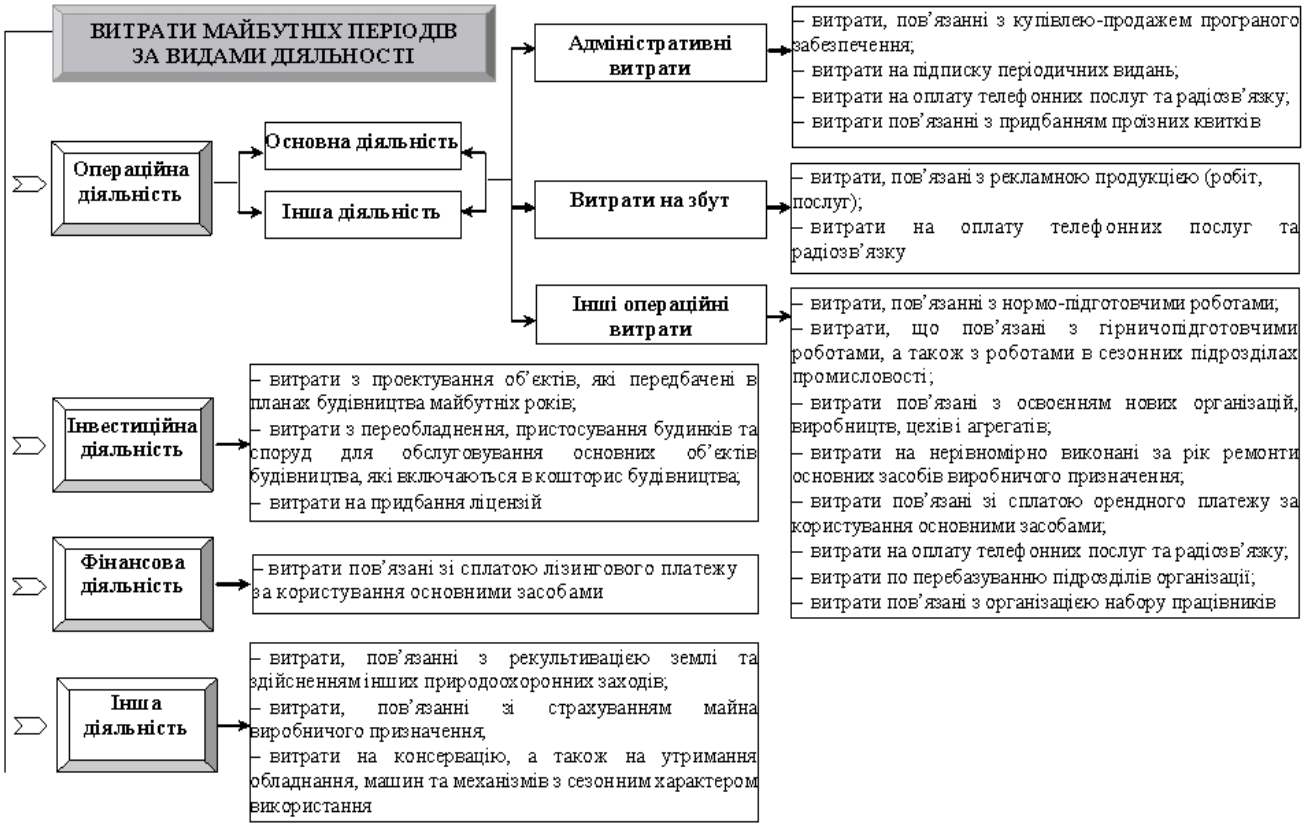


Рис. 13.2. Схема витрат підприємства за видами діяльності.

Фонди обігу – це частина оборотного капіталу, яка не бере безпосередньої участі у виробничому процесі, але авансується підприємством для створення оборотних фондів. Фонди обігу обслуговують сферу обігу. До фондів обігу відносять:

1. *Готову продукцію* – це продукція, що знаходиться на складі підприємства і підготовлена до відправки споживачеві, а також та її частина, яка вже відправлена, але ще не оплачена замовником.
2. *Товари на складі* – закуповуються підприємством з метою подальшої вигідної реалізації (за більш високими цінами).
3. *Дебіторську заборгованість* – виникає внаслідок несвоєчасних взаємних розрахунків між підприємствами за надані їм послуги або здійснену поставку товарів.
4. *Гроші у розрахунках* – включають як реальні гроші, що знаходяться у вигляді готівки в касі підприємства, так і безготівкові гроші на рахунку в банківській установі.

За особливостями планування та принципом організації оборотний капітал поділяється на нормований та ненормований. До нормованої частини належать усі оборотні фонди й готова продукція підприємства. До ненормованої частини – решта: відвантажена, але не оплачена готова продукція (у подальшому дебіторська заборгованість), товари на складі, грошові кошти на

розрахункових рахунках, безготівкові кошти у незавершених розрахунках, готівка в касі.

2. Джерела формування оборотного капіталу.

Підприємство, що починає свою діяльність, як правило, формує оборотні кошти за рахунок коштів бюджету, пайових внесків вітчизняних або іноземних засновників (для спільних підприємств), надходжень від емісії цінних паперів. Усі ці кошти включаються у статутний капітал підприємства.

Діюче підприємство фінансує оборотні кошти за рахунок прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства, надходжень від емісії цінних паперів, стійких пасивів.

Стійкі пасиви – це суми постійної кредиторської заборгованості, які за умов їх використання прирівнюють до власних оборотних коштів. До стійких пасивів відносять:

- мінімальну заборгованість підприємства з резерву майбутніх платежів, тобто витрати, що належать до витрат виробництва, але не застосовуються для безпосереднього виготовлення продукції;
- стійку перехідну заборгаваність постачальникам;
- мінімальну заборгованість із заробітної плати і відрахувань на соціальні потреби;
- залишки амортизаційних відрахувань, призначених для підрядного капітального ремонту, виконаного господарським способом;
- кошти підприємства, що покриваються кредитом банку та авансами замовників;
- тимчасово вільні кошти спеціальних фондів.

Структурою оборотного капіталу називають відсоткове співвідношення між його окремими елементами у загальному обсязі оборотних коштів. Структура оборотного капіталу залежить від специфіки виробництва. Наприклад, у будівництві 50-60% оборотних засобів складає незавершене виробництво, 25% – виробничі запаси; а на транспорті зовсім немає незавершеного виробництва, проте 70% оборотних засобів складають виробничі запаси.

3. Нормування оборотних коштів.

Нормуванням оборотних коштів називається розрахунок економічно обгрунтованого мінімума фінансових ресурсів, необхідних підприємству для забезпечення його нормальної роботи. Основним методом нормування оборотних коштів є метод прямого розрахунку – розрахунку нормативів по кожному нормованому елементу.

Норма витрат матеріальних ресурсів – це максимально допустима планова величина витрат ресурсу (сировини, матеріалів, палива тощо), яка має споживатися для виробництва одиниці продукції.

Нормативи витрат – визначаються витратами тих чи інших матеріальних ресурсів, віднесених на фізичну одиницю виміру (наприклад, на одиницю потужності, $м^3$, $м^2$, погонний метр, тонну).

Загальний норматив оборотних коштів складається з таких нормативів:

$$\mathbf{Н_{заг} = Н_{вз} + Н_{нв} + Н_{вмп} + Н_{гп}}\ , \qquad (13.1)$$

де $\mathbf{Н_{вз}}$, $\mathbf{Н_{нв}}$, $\mathbf{Н_{вмп}}$, $\mathbf{Н_{гп}}$ – нормативи відповідно виробничих запасів, незавершеного виробництва, витрат майбутніх періодів та готової продукції.

1. Норматив оборотних коштів у виробничих запасах розраховують за формулою:

$$H_{ВЗ}^{о.к.} = d \times N \times Ц \qquad (13.2)$$

де d – денна потреба у певному виді матеріальних ресурсів; N – норма запасу у днях (час, на який складають виробничий запас); $Ц$ – ціна одиниці матеріального ресурсу.

Денну потребу в матеріальних ресурсах визначають шляхом ділення загальнорічної потреби на кількість робочих днів у році:

$$d = \mathbf{М_{заг} / 360} \qquad (13.3)$$

Для визначення норми запаса у днях використовують таку формулу:

$$\mathbf{N = N_{поточ} + N_{підг} + N_{тр} + N_{страх}} \qquad (13.4)$$

Розглянемо конкретні складові норми запасу у днях.

$\mathbf{N_{поточ}}$ – *поточний запас* – це інтервал часу між двома суміжними поставками матеріального ресурсу. Середня величина поточного запасу обчислюється діленням його навпіл. Наприклад, якщо постачальник доставляє на підприємство сировину кожні 30 днів, то середня величина поточного запасу становитиме його половину: $N_{пот} = 30 : 2 = 15$ (днів).

$\mathbf{N_{підг}}$ – *підготовчий запас* – це час, потрібний для підготовки матеріальних ресурсів до виробничого процесу (комплектація, просушка, лабораторний аналіз, доставка матеріалів зі складу тощо).

$\mathbf{N_{тр}}$ – *транспортний запас* – це час, потрібний для транспортування матеріальних ресурсів до території підприємства з урахуванням часу на вантажно-розвантажувальні роботи.

$\mathbf{N_{страх}}$ – *страховий запас* – це час, потрібний для створення додаткового запасу матеріалів на випадок зриву поставок. Величина страхового запасу може визначатися довільно, на розсуд керівництва підприємства. Збільшуючи загальну кількість днів, на яку створюється виробничий запас, страховий запас в решті решт негативно впливає на кінцеві результати діяльності підприємства, адже призводить до відволікання певної частини оборотного капіталу від його основної функції.

2. Норматив оборотних коштів у незавершеному виробництві. Оборотні кошти у незавершеному виробництві нормуються в тих виробництвах, де період виробничого циклу перевищує 1 день (будівництво, металургія, важке машинобудування, хімічна промисловість тощо). Норматив оборотних коштів у незавершеному виробництві – це кошти, яких має бути достатньо для створення перехідних заділів у цехах основного та допоміжного

виробництв для забезпечення ритмічної роботи і рівномірної здачі готової продукції на склади підприємства. Обчислюється за формулою:

$$H_{НВ}^{о.к.} = p \times S \times k_{вн} \times T_{ц}, \qquad (13.5)$$

де p – середньодобовий випуск продукції в натуральному вираженні; S – планова виробнича собівартість одиниці продукції; $k_{нв}$ – коефіцієнт наростаючих витрат; $T_ц$ – тривалість виробничого циклу виготовлення виробу.

Найбільш складна частина цього нормативу – розрахунок середньої вартості виробів у незавершеному виробництві. У загальному випадку на різних виробництвах впродовж виробничого циклу по-різному наростають витрати, пов′язані з виготовленням продукції. Для навчальних цілей умовимося використовувати в розрахунках формули:

$$k_{нв} = ПВ + \frac{1 - ПВ}{2} \quad \text{або} \quad k_{iâ} = \frac{a + 0{,}5b}{a + b} \qquad (13.6)$$

де $ПВ$ – питома вага початкових матеріальних витрат на виробництво у собівартості продукції; a – матеріальні витрати першого дня виробничого циклу; b – решта витрат, що рівномірно розподілені по інших днях виробничого циклу.

3. Норматив оборотних коштів у витратах майбутніх періодів встановлюється у грошовому виразі як залишок не списаних на собівартість витрат на кінець розрахункового року:

$$H_{ВМП}^{о.к.} = B_{поч} + B_{пл} - B_{с/сть} \qquad (13.7)$$

де $B_{поч}$ – витрати майбутніх періодів на початок року; $B_{пл}$ – витрати майбутніх періодів, які плануються в цьому році; $B_{с/сть}$ – витрати майбутніх періодів, які підлягають списанню на собівартість в цьому році.

4. Норматив оборотних коштів у запасах готової продукції можна визначити за формулою:

$$H_{ГП}^{о.к.} = q \times S \times N_0 \qquad (13.8)$$

де q – щоденний випуск готової продукції; S – собівартість одиниці продукції; N_0 – кількість днів зберігання готової продукції на складі.

Зберігання готової продукції на складах підприємства триває стільки часу, скільки його потрібно для забезпечення своєчасного відвантаження продукції споживачам партіями, комплектно і в потрібному асортименті.

Додаючи суми нормативів, розрахованих за окремими елементами оборотних активів, отримують сукупний норматив по підприємству. Так розраховуються нормативи оборотних коштів за їх окремими елементами методом *прямого рахунку*.

Іншим методом розрахунку сукупної потреби у власних оборотних коштах є *контрольний* метод. Оборотні кошти при цьому поділяються на дві групи залежно від особливостей виробництва.

В одну групу (за виробничою потребою) відносять кошти, авансовані у сировину, матеріали, куповані напівфабрикати, допоміжні матеріали, паливо, тару, незавершене виробництво, готову продукцію.

У другу групу (за невиробничою потребою) входять запасні частини для ремонту, малоцінні та швидкозношувальні предмети. Потребу в оборотних

коштах першої групи, розмір якої залежить від обсягу виробництва, розраховують з урахуванням темпів зростання виробничої програми. Потребу в оборотних коштах другої групи, розмір якої не залежить від обсягу виробництва, розраховують шляхом її збільшення на 50% від зростання виробничої програми.

4. Оптимізація виробничих запасів.

Визначення оптимальної величини партії при постачанні ресурсів дозволяє підприємству зекономити кошти, які виділяються на їх закупівлю та зберігання на складі, тобто оптимізувати транспортно-заготівельні витрати. Такі заходи позитивно впливають на собівартість та ціну вироблюваної продукції, знижуючи її до конкурентоспроможного рівня.

Наукою розроблено багато оптимізаційних моделей оптимізації виробничих запасів, і кожна фірма має самостійно вибрати ту з них, яка краще враховує особливості її виробничого процесу.

Оптимальним розміром партії поставки вважається такий обсяг матеріально-технічних ресурсів, на придбання і зберігання якого сукупні витрати підприємства, пов'язані з їх доставкою та зберіганням, є мінімальними.

Якщо постачання відбувається великими партіями, то це потребує значних витрат на їх закупівлю і подальше зберігання (включаючи додаткові витрати у випадку їх можливого псування). На графіку наведена залежність складських витрат підприємства від розміру партії поставки матеріалів.

Витрати, пов'язані зі зберіганням запасів змінюються прямо пропорційно величині партії матеріалів, що завозяться одночасно на склад. Залежність витрат, пов'язаних зі зберіганням виробничих запасів підприємства, від розміру транспортної партії буде приблизно такою (рис.13.3).

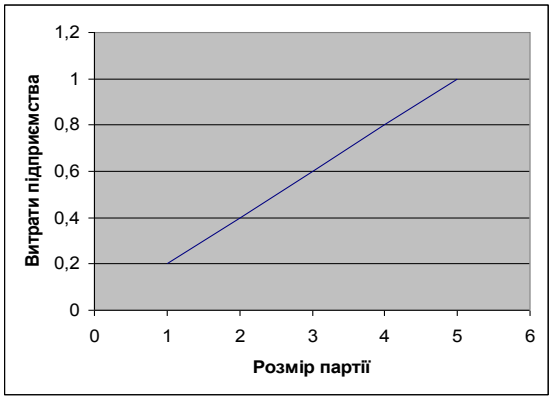


Рис. 13.3. Графік залежності витрат, пов'язаних зі зберіганням виробничих запасів підприємства, від розміру транспортної партії.

В той же час постачання великими партіями зменшує саму кількість поставок і відповідні транспортні витрати (рідше використовується транспорт для перевезення) (рис.13.4).

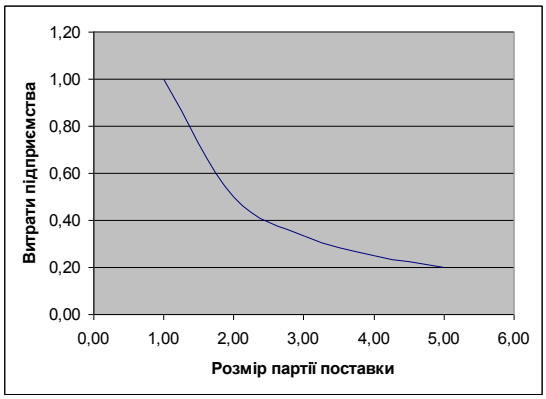


Рис. 13.4. Графік залежності транспортних витрат від розміру транспортної партії.

Сукупні витрати показані на графіку нижче жовтим кольором. Видно, що існує такий розмір партії, при якому сукупні витрати на транспортно-заготівельні і зберігання матеріалів на складах є мінімальними (рис.13.5).

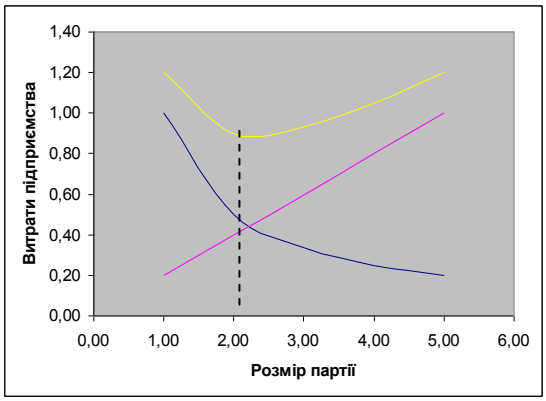


Рис. 13.4. Графік залежності транспортно-заготівельних витрат і витрати на зберігання матеріалів на складах та сукупних витрат від розміру транспортної партії.

Аналітично оптимальний розмір партії поставки матеріальних ресурсів може бути визначений за формулою: $P_{опт} = \sqrt{\frac{2B_{тр-з} \times K_i}{B_{збер}}}$, (13.9)

де $B_{тр-з}$ – середня величина транспортно-заготівельних витрат в розрахунку на постачання однієї партії; $B_{збер}$ – середня величина витрат на зберігання одиниці матеріального ресурсу на складі; K_i – річна потреба в і-му ресурсі для виконання виробничої програми.

Оптимальна кількість поставок протягом року можна визначити за формулою:

$$N_{опт} = \frac{K_i}{P_{опт}} \qquad (13.10)$$

Оптимальний інтервал часу між двома суміжними поставками матеріальних ресурсів обчислюється за формулою: $T = \frac{365}{N_{опт}}$ (13.11)

де T – це по суті така величина поточного запасу (у днях), при якій мінімізуються витрати на транспортування і збереження матеріалів.

5. Показники використання оборотного капіталу.

1) У сфері виробництва:

Коефіцієнт використання матеріалу характеризує ступінь використання сировини (матеріала) і визначається відношенням їх фактичної витрати до норматива витрат, встановленого для цього виду сировини:

$$\mathbf{К_{вик} = Р_{факт} / Р_{норм.}} \qquad (13.12)$$

Коефіцієнт виходу готового продукту із сировини:

$$\mathbf{К_{вих} = Р_{гот} / Р_{сиров}} \qquad (13.13)$$

де $Р_{гот}$ – вага готового виробу; $Р_{сиров}$ – вага сировини, яка пішла на його виготовлення.

Матеріаломісткість визначається за формулою:

$$\mathbf{М_м = К_{мр} / S,} \qquad (13.14)$$

де $К_{мр}$ – кількість витрачених матеріальних ресурсів; S – випуск товарної (реалізованої) продукції на підприємстві (в натуральному або вартісному виразі).

Матеріаловіддача є оберненим до матеріаломісткості показником.

Коефіцієнт відходності – це коефіцієнт, що показує відношення величини відходів до величини загальних витрат матеріалу.

2) У сфері обігу:

Коефіцієнт оборотності оборотних коштів визначає кількість оборотів, які можуть зробити оборотні кошти за певний період часу (найчастіше за рік), і показує, скільки реалізованої продукції припадає на 1 грн оборотних коштів. Обчислюється за формулою**:**

$$K_{об} = \frac{\mathrm{Q}}{\overline{\mathrm{C}}_{об.к}} \qquad (13.15)$$

де Q – обсяг виробленої продукції за рік; $\overline{\tilde{N}_{îá.ê}}$ – середньорічна вартість оборотних коштів: $\overline{C_{об.к}} = \frac{C_1 + C_2 + ... + C_{12}}{12}$ (13.16)

Фондомісткість оборотних коштів (коефіцієнт завантаження) є оберненим до коефіцієнта оборотності і показує, яка сума оборотних коштів припадає на 1 грн вартості реалізованої продукції**:** $\Phi_м = \frac{\overline{C}_{об.к}}{\mathrm{Q}}$ (13.17)

Період (тривалість) одного обороту оборотних коштів показує, скільки днів триває один оборот оборотних коштів**:**

$$T_{об} = \frac{T_{к.д.}}{K_{об}} \qquad (13.18)$$

де $T_{к.д.}$ – кількість календарних днів у розрахунковому періоді (часто припускають, що для року то $T_{к.д.}$ = 360 днів, для кварталу – 90 днів, для місяця – 30 днів).

Рентабельність оборотних коштів характеризує ефективність використання оборотних коштів протягом року і є відношенням річної суми

прибутку підприємства (П) до середньорічного залишка його оборотних коштів ($C_{об.к}$):

$$R = \frac{П}{\overline{C}_{об.к}} \times 100\% \qquad (13.19)$$

Середньомісячний залишок оборотних коштів обчислюється за формулою:

$$\overline{C}_{зал_об.к} = \frac{C_{поч} + C_{кін}}{2} \qquad (13.20)$$

де $C_{поч}$, $C_{кін}$ – відповідно залишок оборотних коштів на початок і кінець місяцю.

Середньорічний залишок оборотних коштів обчислюється за формулою:

$$\overline{C}_{зал_об.к_річ} = \frac{C_1 + C_2 + ... + C_{12}}{12} \qquad (13.21)$$

де C_1 , C_2 , ... C_{12} – відповідно середньомісячні залишки оборотних коштів.

Раціональне та економне використання матеріальних і паливно-енергетичних ресурсів та інших видів оборотних коштів має велике економічне і соціальне значення для кожного підприємства, оскільки дозволяє:

- суттєво знизити витрати на виробництво і збут продукції (собівартість);
- за рахунок зниження собівартості продукції отримати більший прибуток;
- підвищити конкурентоспроможність продукції;
- поліпшити загальний фінансовий стан підприємства.

6. Вплив оборотності оборотних коштів на ефективність діяльності підприємства.

Швидкість оборотності оборотних коштів впливає безпосередньо на кінцеві результати роботи підприємства, зокрема на зростання обсягів реалізованої продукції, приріст прибутку, рівень рентабельності. Тому ефективне використання оборотних засобів є важливим завданням кожного підприємства і повинно забезпечуватися прискоренням їх оборотності на всіх стадіях кругообігу.

1. ***На заготівельній стадії:*** раціональне використання матеріальних ресурсів – комплексне використання сировини та впровадження безвідходних технологій, використання відходів виробництва для випуску побічної продукції, широке застосування штучних і синтетичних матеріалів, якісніша підготовка сировини й матеріалів до виробництва, оптимізація виробничих запасів, правильний вибір постачальника тощо.

2. ***На виробничій стадії:*** скорочення тривалості виробничого циклу шляхом впровадження прогресивної техніки й технології, раціональна організація праці, стимулювання високої продуктивності праці.

3. ***На стадії реалізації:*** раціональна організація збуту готової продукції (активізація продажу через рекламні заходи, створення ефективної дилерської мережі), гнучка цінова політика, прискорення супроводжувального документообороту, дотримання платіжної дисципліни, моніторинг дебіторської заборгованості.

Прискорення оборотності оборотних коштів призводить до збільшення обсягу вироблюваної і реалізованої продукції, дає можливість вивільнити частину оборотних коштів. За їх рахунок можна створити додаткові резерви для розширення або вдосконалення виробництва. Порівнюючи залишки оборотних коштів за два суміжних періоди (наприклад, за два роки), можна визначити їх *абсолютну зміну*, спричинену прискоренням або уповільненням їх обертання. Загальний розмір цієї зміни визначають так:

$$\Delta C_{о.з.\ сер} = C_{о.з.\ сер\ 1} - C_{о.з.\ сер\ 2}\ , \qquad (13.22)$$

де $C_{о.з.\ сер\ 1}$, $C_{о.з.\ сер\ 2}$ – середні суми оборотних коштів за два суміжних роки.

Відносна зміна оборотних коштів за рахунок прискорення їх оборотності обчислюють за формулою**:**

$$\pm \Delta C_{об.к} = \frac{Q_{план}}{360} \times (T_{звіт} - T_{план}) \qquad (13.23)$$

де $Q_{план}$ – обсяг продукції, яку передбачено виробити за плановий рік; 360 – кількість календарних днів у розрахунковому році; $T_{план}$, $T_{звіт}$ – період обороту оборотних коштів відповідно у плановому та звітному роках.

Знак "–" у цій формулі свідчить саме про відносне вивільнення оборотних коштів, а знак "+" – про їх додаткове залучення.

Сума приросту прибутків (збитків), яку можна отримати за рахунок прискорення оборотності оборотних коштів, розраховують за формулою:

$$\pm \Delta П = П_{звіт} * \frac{К_{план}}{К_{звіт}} - П_{звіт} \qquad (13.24)$$

де $П_{звіт}$ – прибуток від реалізації продукції у звітному році; $К_{план}$, $К_{звіт}$ – коефіцієнти оборотності оборотних коштів відповідно у плановому і звітному роках.

Контрольні питання

1. Яка роль оборотного капіталу в діяльності підприємства?
2. Перелічити стадії кругообігу оборотного капіталу.
3. Які елементи оборотного капіталу обслуговують сферу виробництва?
4. Які елементи оборотного капіталу обслуговують сферу обігу?
5. Яке призначення виробничих запасів?
6. Яка особливість витрат майбутніх періодів?
7. Яка роль нормування оборотних коштів?
8. Що таке "норма" і "норматив"?
9. Перелічити показники використання оборотного капіталу в сфері виробництва, в сфері обігу.
10. Які заходи дозволяють прискорити оборотність оборотного капіталу на різних стадіях його кругообігу?

Тести

1. До оборотного капіталу відносять:
   а) виробниче устаткування

б) передавальні пристрої
в) готову продукцію
г) землю.

2. Стадія перетворення оборотного капіталу, на якій оборотні засоби перетворюються у готову продукцію, має назву:
а) заготівельна
б) виробнича
в) товарна
г) реалізації.

3. До оборотних фондів, що обслуговують сферу виробництва, відносять:
а) паливно-мастильні матеріали
б) готову продукцію
в) малоцінний швидкозношувальний інструмент
г) дебіторську заборгованість.

4. При нормуванні оборотних коштів у виробничих запасах використовують інтервал часу між двома суміжними поставками матеріального русурсу. Ця складова виробничого запасу називається ... запасом:
а) поточним
б) транспортним
в) підготовчим
г) страховим.

5. До стійких пасивів не відносять:
а) стійку перехідну заборгаваність перед постачальниками
б) мінімальну заборгованість із заробітної плати й відрахувань на соціальні потреби
в) тимчасово вільні кошти спеціальних фондів
г) дебіторську заборгованість.

6. Коефіцієнт використання оборотних коштів, який показує відношення величини відходів до величини загальних витрат матеріалу, називається коефіцієнтом ...
а) виходу готової продукції
б) відходності
в) матеріаломісткістю
г) використання матеріалу.

7. Показник використання оборотних коштів, який показує, який обсяг реалізованої продукції припадає на 1 грн вартості оборотних коштів, називається коефіцієнтом ...
а) наростаючих витрат

б) оборотності
в) витратності
г) рентабельності.

8. Що станеться з коефіцієнтом оборотності, якщо обсяг реалізованої продукції збільшити на 15%, а суму оборотних коштів – на 10%?
а) зростатиме
б) знижуватиметься
в) не зміниться
г) набуде від'ємних значень.

9. Складовими оборотного капіталу підприємства є: виробничі запаси (25 тис.грн), незавершене виробництво (5 тис.грн), витрати майбутніх періодів (12 тис.грн), готова продукція на складі (180 тис.грн), грошові кошти (62 тис.грн). Яку частку в оборотному капіталі складають оборотні фонди? (відповідь закруглити до цілого)
а) 12%
б) 17%
в) 23%
г) інша відповідь.

10. Кількість реалізованої за звітний рік продукції торговельного підприємства становить 6,4 тис. одиниць. Ціна продажу 25 грн/од. Відомо, що коефіцієнт оборотності в цьому періоді становив 12,5. Яку суму оборотного капіталу використовувало торговельне підприємство у зазначеному періоді?
а) 3,2 тис.грн
б) 12,8 тис.грн
в) 20 тис.грн
г) інша відповідь.

14. ІНВЕСТИЦІЇ

1. Сутність інвестицій та їх форми.
2. Класифікація інвестицій.
3. Поняття про інвестиційний проект, інвестиційну діяльність.
4. Джерела фінансування інвестиційного проекту.
5. Структури інвестицій.
6. Методи оцінки доцільності (ефективності) інвестиційного проекту.
7. Фінансові інвестиції.

1. Сутність інвестицій та їх форми.

Інвестиції – це усі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об’єкти підприємницької та інших видів діяльності з метою

отримання доходу (прибутку) або досягнення соціального ефекту.

Інвестиції можуть набувати таких *форм*:

1. *Грошові кошти та їх еквіваленти* – цільові вклади, обігові кошти, паї і частки в капіталах інших підприємств, цінні папери тощо.
2. *Рухоме та нерухоме майно* – будинки, споруди, машини, обладнання, вимірювальні прилади тощо.
3. *Майнові права* – патенти на винаходи, свідоцтва на корисні моделі та промислові зразки, товарні знаки фірмові найменування, сертифікати на продукцію і технологію виробництва, права на використання природних ресурсів тощо.
4. *Сукупність технічних, технологічних, комерційних та інших знань*, оформлених у вигляді технічної документації, прийомів, навиків та виробничого досвіду, необхідних для організації того чи іншого виду виробництва, але не запатентованих (наприклад, "ноу-хау");
5. *Земельні ділянки.*

2. Класифікація інвестицій.

1) Залежно від об'єкту інвестування виокремлюють реальні та фінансові інвестиції.

Реальні інвестиції – передбачають інвестування капіталу в промислові об'єкти (підприємства) реального сектора економіки країни з метою відтворення або поліпшення їх матеріальних і нематеріальних активів. Такі інвестиції часто називають виробничими інвестиціями або капітальними вкладеннями.

Фінансові інвестиції – передбачають інвестування капіталу у придбання цінних паперів, що випускаються підприємствами або органами влади, з метою отримання доходу у вигляді дивідендів або процентів.

2) За характером участі в інвестиційному процесі інвестиції поділяють на прямі та непрямі.

Прямі інвестиції передбачають безпосередню участь інвестора у виборі об′єкта вкладення капіталу.

Непрямі інвестиції передбачають участь у виборі об′єкта інвестування фінансового посередника (інвестиційного фонду або іншого посередника).

3) За строком дії розрізняють коротко- та довгострокові інвестиції.

Під *короткостроковими* інвестиціями розуміють вкладення капіталу на період, не перевищує одного року (наприклад, короткострокові депозитні внески, купівля короткострокових ощадних сертифікатів тощо).

Під *довгостроковими* інвестиціями розуміють вкладення капіталу на період понад один рік.

4) За формою власності інвестиції поділяються на приватні, державні, іноземні та спільні.

5) За територіальною ознакою інвестиції поділяються на внутрішні (що здійснюються в середині країни) і зовнішні (що здійснюються за кордоном).

3. Поняття про інвестиційний проект, інвестиційну діяльність.

Інвестиційний проект – це документ, що являє собою обгрунтування його економічної доцільності, термінів здійснення, потреби в інвестиціях. Він включає в себе бізнес-план, проектно-кошторисну документацію, розроблену у відповідності з існуючими стандартами, а також опис практичних дій щодо здійснення зазначеного проекту.

Інвестиційною діяльністю є сукупність практичних дій фізичних і юридичних осіб, а також держави щодо реалізації інвестиційного проекту. Основною метою інвестиційної діяльності є забезпечення найбільш ефективних шляхів реалізації інвестиційної стратегії підприємства на окремих етапах його розвитку. Як правило, інвестиційна діяльність здійснюється в формі участі в інвестиційному проекті. Суб′єктами інвестиційної діяльності є:

- Замовник;
- Інвестор;
- Підрядник;
- Користувач.

Замовником може бути фізична або юридична особа, яка потребує здійснення певних інноваційних перетворень.

Інвестором можуть бути фізичні або юридичні особи, державні органи та органи місцевого самоврядування, іноземні суб′єкти підприємницької діяльності, які мають вільний капітал і бажають його інвестувати у певний проект. Залежно від мети і характеру інвестування виокремлюють стратегічних та портфельних інвесторів.

Підрядником є фізична або юридична особа, яка безпосередньо реалізує інвестиційний проект за договором підряду, який укладається із замовником.

Користувачем результатів інвестиційного проекту можуть бути всі суб′єкти господарювання, які бажають скористатися його результами (йдеться про проекти, які підлягають тиражуванню).

4. Джерела фінансування інвестиційного проекту.

Джерелами фінансування інвестиційного проекту можуть бути:

- *власні фінансові ресурси* підприємства (статутний капітал, нерозподілений прибуток, амортизаційні відрахування, надходження від страхових операцій, інші грошові нагромадження);
- *позикові фінансові ресурси* підприємства (облігаційні позики, банківський, бюджетний та інвестиційний податковий кредити);
- *залучені фінансові ресурси* підприємства (кошти, одержані від продажу акцій, пайові та інші внески громадян і юридичних осіб; лізинг);
- *бюджетні інвестиційні асигнування* (грошові кошти, які надходять з державного або місцевого бюджетів);
- *безоплатні та благодійні внески* (пожертвування організацій, підприємств, громадян).

Залежно від того, які джерела фінансування залучаються підприємством, виокремлюють три основні форми фінансування інвестиційного проекту: *самофінансування, кредитне фінансування* та *часткове фінансування* як комбінація зазначених джерел.

Вибір конкретного джерела фінансування здійснюється підприємством з урахуванням багатьох факторів, зокрема: вартості залученого капіталу, ефективності віддачі від нього, співвідношення власного, позиченого та залученого капіталів, ризиків, що виникають при використанні того чи іншого джерела фінансування, а також економічних інтересів інвесторів.

5. Структури інвестицій.

Виокремлюють відтворювальну, технологічну, галузеву структури інвестицій.

Відтворювальна структура капітальних вкладень пов′язана із формами розширеного відтворення основних фондів підприємства і відображує відсоткове співвідношення довгострокових витрат підприємства на:

- технічне переозброєння потужностей діючих підприємств;
- реконструкцію;
- розширення діючого виробничого об'єкту;
- нове будівництво.

Технологічна структура капітальних вкладень пов′язана з будівництвом нового промислового об′єкту і відображує відсоткове співвідношення витрат, спрямованих на:

- будівельно-монтажні роботи;
- придбання усіх видів устаткування, інвентарю та інструменту;
- інші капітальні витрати.

Галузева структура капітальних вкладень відображує відсоткове співвідношення між інвестиційними коштами, спрямованими в окремі галузі економіки (промисловість, сільське господарство, транспорт, будівництво та інші).

Територіальна структура капіталовкладень відображує відсоткове співвідношення між інвестиційними коштами, спрямованими в окремі економічні райони, області, регіони країни.

6. Методи оцінки доцільності (ефективності) інвестиційного проекту.

Економічне обґрунтування доцільності (ефективності) інвестиційного проекту є одним з найважливіших етапів у процесі управління реальними інвестиціями, який передбачає визначення їх абсолютної оцінки та метод дисконтування.

1. Метод абсолютної оцінки ефективності інвестиційного проекта полягає у знаходженні співвідношення між можливим економічним ефектом та сумою інвестицій, що мають викликати появу цього ефекту. Метод передбачає такі кроки:

1 крок. Для певного інвестиційного проекта визначається розрахунковий коефіцієнт його економічної ефективності E_p:

$$E_p = \frac{\Delta П}{K} \quad , \tag{14.1}$$

де $\Delta П$ – приріст прибутку підприємства, викликаний впровадженням даного інвестиційного проекту, визначений за термін дії проекта (для новостворених підприємств $\Delta П$ означатиме загальну суму отриманого прибутку); K – загальна сума інвестицій, вкладена в інвестиційний проект.

2 крок. Розрахунковий коефіцієнт ефективності (E_p) порівнюється з нормативним ($E_н$). Значення нормативного коефіцієнта ефективності, який є диференційованим по галузях, залежить від прийнятного терміна окупності того чи іншого проекта $E_p = \frac{1}{T_{окуп}}$ і має середнє значення 0,2÷0,3. Наприклад, якщо окупність інвестиційного проекта має настати за 4 роки, то $E_н$=0,25 ($E_н$=1/4=0,25). Для проектів малого бізнесу цей коефіцієнт має більші значення 0,35÷0,5 і вищі.

3 крок. Висновок: якщо $E_p > E_н$, то за даним методом інвестиційний проект вважається *доцільним*, в іншому випадку проект відхиляють.

4 крок. Визначають термін окупності інвестицій у даний проект, який є оберненим до E_p:

$$T_{окуп} = \frac{1}{E_p} \tag{14.2}$$

Для абсолютної оцінки інвестицій іноді також використовують формулу:

$$E_p = \frac{\Delta П}{\overline{C_{о.ф.}} + \overline{C_{об.к.}}} \quad , \tag{14.3}$$

де $\Delta П$ – приріст річного прибутку; $\overline{C_{о.ф.}}$ – середньорічна вартість основних засобів; $C_{об.к.}$ – середньорічна сума обігових коштів підприємства.

Перевагою методу абсолютної оцінки є відносна простота обчислень; недоліком – обмеженість у часі: він дає достовірні результати на достатньо короткому проміжку часу (1÷2 роки).

2. Метод дисконтування.

Необхідність використання цього методу продиктована тим, що досить часто виникає потреба зіставляти витрати й доходи, які виникають неодночасно. Саме так виглядає більшість сучасних інвестиційних проектів – витрати на їх реалізацію починаються відразу і можуть тривати кілька років, а отримання доходів може початися й після інвестування. Постає задача приведення різночасових інвестицій та доходів до одного періоду, найчастіше, до першого року здійснення інвестиційного проекту. З цією метою інвестиції і доходи більш пізніх періодів *дисконтують* – тобто приводять до теперішнього часу множенням відповідних сум на спеціальний коефіцієнт приведення α, який обчислюється за формулою:

$$\alpha = (1 + h)^{1-t}, \tag{14.4}$$

де h –ставка (норма) дисконту, t – кількість років, що відділяють витрати й надходження розрахункового року від теперішнього часу.

Метод дисконтування відображає знецінення вартості грошей із часом. Наприклад, якщо передбачається отримання грошового потока (R) в проект у наступному році в сумі 300 тис.грн (нехай розглядаємо проект із нормальним ступенем ризику, ставка дисконту якого 12%), то грошовий потік потрібно привести до теперішнього часу шляхом множення на відповідний коефіцієнт α (при t = 2) :

$$R = 300 * (1 + 0{,}12)^{1-2} = 267{,}9 \text{ (тис.грн).}$$

Найважливішими показниками даного метода є:

1. Грошовий потік, що очікується як віддача від інвестицій (R) – це сума чистого прибутку підприємства і амортизаційних відрахувань.

2. Теперішня (приведена) вартість грошового потоку (PV):

$$PV = \sum_{t=1}^{T} R_t \cdot \alpha_t = R_1 + \frac{R_2}{(1+h)^1} + \frac{R_3}{(1+h)^2} + \cdots + \frac{R_T}{(1+h)^{T-1}} .. \qquad (14.5)$$

3. Теперішня (приведена) вартість капітальних вкладень (CI):

$$CI = \sum_{t=1}^{T} Ñ^2{}_t \alpha_t = \frac{CI_1}{(1+h)^0} + \frac{CI_2}{(1+h)^1} + \frac{CI_3}{(1+h)^2} + ... + \frac{CI_T}{(1+h)^{T-1}} \qquad (14.6)$$

4. Чиста дисконтована вартість (NPV):

$$NPV = PV - CI. \qquad (14.7)$$

5. Індекс рентабельності (прибутковості) інвестицій (PI):

$$PI = \frac{PV}{CI} \qquad (14.8)$$

6. Внутрішня норма рентабельності (дохідності) інвестицій – це така дисконтна ставка, за якої суми початкових інвестицій і теперішньої вартості грошових потоків є однаковими, тобто $NPV = PV–CI = 0$. У разі прийнятності інвестиційного проекту розрахунковий показник внутрішньої норми рентабельності має бути не нижчим за граничну ставку, прийнятну для підприємства (принаймні не нижче від рівня інфляції).

7. Період окупності інвестицій ($T_{ок}$ **):**

$$T_{ок} = \frac{CI}{\overline{R}} \qquad (14.9)$$

де $\overline{R}$ – середньорічна величина грошового потоку.

Критеріями доцільності інвестиційного проекту за даним методом є:

$$NPV > 0 \quad \text{або} \quad PI > 1.$$

Слід зазначити, що обидві ці умови виконуються (або не виконуються) одночасно.

7. Фінансові інвестиції.

Фінансове інвестування розглядається як форма використання тимчасово вільних грошових коштів. Вкладання капіталу здійснюється підприємством у трьох основних напрямах:

- у цінні папери;

- у доходні види грошових інструментів;
- у статутні капітали інших підприємств та організацій.

Найбільш поширеною формою фінансового інвестування є інвестування капіталу в цінні папери, які вільно обертаються на фондовому ринку. Мета цієї форми інвестування – отримати додатковий прибуток або встановити фінансовий контроль за діяльністю інших підприємств шляхом придбання контрольних пакетів їх акцій.

Вкладання капіталу у доходні види грошових інструментів спрямоване перш за все на ефективне використання тимчасово вільних коштів підприємства. Основним видом грошових інструментів є депонування коштів в установах банків.

Вкладання капіталу у статутні капітали інших підприємств та організацій має на меті встановлення фінансового впливу на ці підприємства, забезпечуючи тим самим стабільну роботу власного підприємства.

Цінні папери **–** це документи, що засвідчують право володіння або кредитні відносини між особою, яка їх випустила (емітентом) та їх власником і передбачають, як правило, виплату доходу у вигляді дивидендів чи відсотків, а також можливість передачі грошових прав іншим особам.

Цінні папери можна використати для здійснення розрахунків між суб′єктами господарювання або як заставу для забезпечення платежів і кредитів. Основними видами цінних паперів є такі.

Акція – цінний папір без установленого строку обігу, що засвідчує пайову участь у статутному капіталі акціонерного товариства, гарантує участь в управлінні ним, дає право на одержання частини прибутку у вигляді дивидендів, а також участь у розподілі майна в разі ліквідації акціонерного товариства.

Облігація – цінний папір, який засвідчує внесення її власником певної грошової суми і підтверджує зобов′язання емітента повернути власникові облігації в обумовлений строк її номінальну вартість з виплатою фіксованого відсотка.

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.

Вексель засвідчує безумовне грошове зобов'язання боржника сплатити після настання строку визначену суму грошей власникові векселя.

Сферою обігу цінних паперів є фондовий ринок.

Більшості вітчизняних підприємств бракує власних інвестиційних ресурсів. Нагальною потребою стає залучення інвестицій, в тому числі й іноземних. Мета залучення – фінансова підтримка вітчизняних товаровиробників, запровадження нових технологій, нарощування експортного потенціалу, структурна перебудова економіки нашої країни.

Іноземне інвестування може набувати різних форм в залежності від типу інвестора, його мети та ступеня ризику, на який він готовий зважитися. Основні форми співпраці вітчизняних виробників з іноземними інвесторами:

•***Спільні підприємства*** (СП) – створюються та управляються спільно. СП дають змогу закордонним інвесторам мати більшу нішу на місцевому ринку з меншим ризиком, ніж за умови прямої купівлімісцевої фірми на аукціоні.

•***Створення власних дочірніх підприємств (філій)*** – як варіант вкладання капіталу є найбільш ризикованим. Володіння ними пов′язане із найбільшими зобов′язаннями з боку іноземного інвестора.

•***Франшиза*** **–** договір франчайзингу, за яким підприємство-підписант за певну плату набуває прав користування брендом і бізнес-моделлю франчайзера, а також інших благ, необхідних для створення і ведення бізнесу – методи ведення бізнесу, товарний знак, технології тощо. Даний тип інвестицій дає змогу іноземному інвестору виходити на ринок з мінімальним підприємницьким ризиком.

•***Придбання контрольних пакетів акцій*** місцевих фірм – іноземні інвестори можуть здійснити прямою купівлею, у процесі приватизації, обміну боргів на акції тощо. Цей тип інвестування вітчизняних фірм передбачає більші забов′язання іноземного інвестора.

•***Придбання неконтрольних пакетів акцій*** місцевих фірм – іноземні інвестори можуть здійснити прямою купівлею на місцевому фондовому ринку. Іноземний інвестор при цьому не набуває права контролювати діяльність місцевої фірми.

Вкрай важливим для потенційних іноземних інвесторів є встановлення ступеню привабливості інвестування в місцеві фірми. В першу чергу вони звертають увагу на наявність таких *ознак інвестиційної привабливості* як***:***

- політична і економічна стабільність країни з низьким і передбачуваним рівнем інфляції;
- незначний ступінь валютного ризику (курс місцевої валюти має відповідати економічній стабільності);
- можливість репатріації капіталу (наявність законів, які не обмежують вивезення капіталу і прибутку);
- позитивна характеристика місцевого ринку (його місткість, купівельна спроможність споживачів, потенціал зростання цих показників);
- сприятлива торговельна політика, яка істотно впливає на вартість і масштаби експорту та імпорту певної продукції;
- високий ступінь захисту інтелектуальної власності тощо.

Контрольні питання

1. У яких формах можут перебувати інвестиції?
2. Як поділяються інвестиції залежно від об'єкта інвестування?
3. Які інвестиції називають прямими? непрямими?
4. Чим відрізняється інвестиційна діяльність від інвестиційного проекту?
5. Охарактеризувати суб'єктів інвестиційної діяльності.
6. Які джерела фінансування інвестиційного проекту?

7. Які структури інвестицій найчастіше виокремлюють?
8. Які методи оцінки доцільності інвестицій застосовують для довготривалих інвестиційних проектів?
9. Де відбувається обіг цінних паперів?
10. На які ознаки інвестиційної привабливості звертають увагу потенційні інвестори?

Тести

1. Залежно від об'єкту інвестування інвестиції поділяють на:
   а) прямі, непрямі
   б) реальні, фінансові
   в) короткострокові, довгострокові
   г) внутрішні, зовнішні.

2. Інвестиції поділяються на приватні, державні, іноземні та спільні за ...
   а) характером участі в інвестиційному процесі
   б) реальні, фінансові
   в) формою власності
   г) територіальною ознакою.

3. Фізична або юридична особа, яка безпосередньо реалізує інвестиційний проект за договором підряду, називається:
   а) замовником
   б) інвестором
   в) підрядником
   г) користувачем.

4. До власних фінансових ресурсів підприємства, з яких фінансують інвестиційний проект відносять:
   а) інвестиційний податковий кредит
   б) кошти, одержані від продажу акцій
   в) статутний капітал підприємства
   г) амортизаційні відрахування.

5. Структура інвестицій, пов′язана з будівництвом нового промислового об′єкту, має назву ...
   а) відтворювальна
   б) технологічна
   в) галузева
   г) територіальна.

6. Відтворювальна структура інвестицій відображує відсоткове співвідношення між ...
   а) формами розширеного відтворення основних засобів підприємства

б) коштами, спрямованими в окремі галузі економіки
в) коштами, спрямованими в окремі економічні райони, області, регіони країни
г) напрямами витрат, спрямованих на здійснення нового будівництва.

7. Процес дисконтування означає ...
а) визначення ступеня ризику здійснення інвестиційного проекту
б) визначення такої ставки, за якої приведені суми грошових потоків і інвестицій співпадуть
в) приведення грошових сум інвестиційного проекту до теперішнього часу множенням відповідних сум на спеціальний коефіцієнт
г) визначення чистої дисконтованої вартості проекту.

8. Цінний папір, який засвідчує внесення її власником певної грошової суми і підтверджує зобов′язання емітента повернути власникові облігації в обумовлений строк її номінальну вартість з виплатою фіксованого відсотка, це:
а) акція
б) облігація
в) ощадний сертифікат
г) вексель.

9. До основних форм співпраці вітчизняних виробників з іноземними інвесторами відносять:
а) консорціум
б) спільне підприємство
в) франшиза
г) асоціація.

10. До ознак інвестиційної привабливості відносять такі характеристики вітчизняних підприємств:
а) велика кількість персоналу
б) перспективність вироблюваної продукції
в) матеріалоємність вироблюваної продукції
г) наукоємність наявної технічної бази.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

15. ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

1. Інноваційна діяльність, інновації та їх класифікація.
2. Загальна характеристика інноваційних процесів.
3. Економічна ефективність технічних і організаційних нововведень.
4. Пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні.

1. Інноваційна діяльність, інновації та їх класифікація.

Важливою ланкою суспільного розвитку є наука, зв'язок якої з виробництвом здійснюється через удосконалення знарядь праці, технологій та організації виробництва.

Здійснення успішного підприємництва чи окремих бізнес-процесів на теперішньому етапі функціонування вітчизняних підприємств неможливе без розробки і впровадження новацій в процеси виробництва, управління, планування господарської діяльності тощо. Тому цілком справедливим є висновок щодо безпосередньої залежності ефективності роботи підприємства від впроваджених у практику його діяльності результатів науково-технічного прогресу (НТП).

Згідно із законодавством України ***інноваційна діяльність*** – це діяльність, спрямована на виконання й комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних 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 провадять в Україні інноваційну діяльність і (або) залучають майнові й інтелектуальні цінності, вкладають власні чи запозичені кошти в реалізацію в Україні інноваційних проектів.

Правові, економічні та організаційні засади державного регулювання інноваційної діяльності в України визначає Закон України "Про інноваційну діяльність", згідно з яким ***інновації*** – це новостворені і (або) вдосконаленні конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальні сфери.

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* – запровадження заходів для поліпшення життя населення;
- *екологічна інновація* – запровадження заходів для охорони навколишнього середовища.

Інновації підлягають класифікації за такими ознаками (табл. 15.1).

Таблиця 15.1

Класифікація інновацій за виділеними ознаками

Ознака	***Види інновацій***
За результатами	Наукові, технічні, конструкторські, виробничі, інформаційні
За темпами впровадження	Стрибкоподібні, швидкі, зростаючі, уповільнені, затухаючі
За масштабами	Глобальні, транснаціональні, регіональні, місцеві
За результативністю	Зростаючи, високі, низькі, стабільні
За характером ефективності	Фінансові, бюджетні, економічні, соціальні
За поширенням	Одиничні, дифузійні
За охопленням очікуваної частини ринку	Локальні, систематичні, стратегічні
За глибиною внесених змін	Радикальні (базові), поліпшу вальні, модифікаційні
За місцем у виробничому процесі	Сировинні, технологічні, продуктові

Підприємство будь-якої форми власності, в якому понад 70 відсотків обсягу продукції (у грошовому вимірі) за звітний період є інноваційними продуктами, визначається як ***інноваційне підприємство.***

Інноваційний продукт є результатом виконання інноваційного проекту і науково-дослідної і (або) дослідно-конструкторської розробки нової технології (в тому числі інформаційної) 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 об'єкт інтелектуальної власності має бути визначальним для даного продукту;
- розробка продукту підвищує вітчизняний науково-технічний і технологічний рівень;
- в Україні цей продукт вироблено вперше, або якщо не вперше, то порівняно з іншим аналогічним продуктом, представленим на ринку, він є конкурентоздатним і має суттєво вищі техніко-економічні показники.

Інноваційний проект – комплект документів, що визначає процедуру і комплекс усіх необхідних заходів (у тому числі інвестиційних) щодо створення і реалізації інноваційної продукції.

Інноваційною визначається продукція**,** яка відповідає таким вимогам: вона є результатом виконання інноваційного проекту; така продукція (товари чи послуги) є конкурентоздатною.

Інноваційне підприємство може функціонувати у вигляді інноваційного центру, бізнес-інкубатора, технополісу, технопарку тощо.

Технологічний парк – юридична особа або їх об'єднання, головною метою яких є діяльність щодо виконання інвестиційних та інноваційних проектів, виробничого впровадження наукомістких розробок, високих технологій та конкурентоспроможної на світових ринках продукції.

Технопарк (науково-технологічний парк) – можна розглядати як комплекс дослідних інститутів, лабораторій та підприємств, що створюється на заздалегідь підготовлених територіях з метою координації діяльності та співробітництва таких головних ланок, як наука, вища школа, державний сектор виробництва, приватні підприємства, місцеві та регіональні органи управління.

Технополіс – це науково-промисловий комплекс, створений для виробництва нової прогресивної продукції або розроблення нових наукомістких технологій на базі тісних взаємовідносин виробничих підприємств з вищими навчальними закладами і науково-технічними центрами.

Бізнес-інкубатор – це комплекс, який займається наданням інноваційних послуг щодо реалізації інноваційних проектів. Інкубаційний період для фірми триває від 2-3 до 5 років, після чого інноватор може вести діяльність самостійно. Головне призначення бізнес-інкубатора – першочергова підтримка малого інноваційного підприємства.

Активними учасниками інноваційної діяльності є венчурні (ризикові) компанії**.** Це підприємства, діяльність яких спрямована на наукові дослідження, впровадження нововведень та фінансування інноваційних проектів. Перевагою таких підприємств є, з одного боку, їх вузька спеціалізація, концентрація матеріально-технічних та фінансових ресурсів на вибраному напрямі дослідження, а з іншого – можливість швидкої переорієнтації на інші напрями діяльності.

Об'єктами інноваційної діяльності є: інноваційні програми і проекти; нові знання та інтелектуальні продукти; виробниче обладнання та процеси; інфраструктура виробництва і підприємництва; організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру і якість виробництва і (або) соціальної сфери; сировинні ресурси, засоби їх видобування й переробки; товарна продукція; механізм формування ринку збуту товарної продукції.

2. Загальна характеристика інноваційних процесів.

Під інноваційним процесом розуміють сукупність безперервно здійснюваних у просторі та часі якісно нових, прогресивних змін. Ці зміни мають назву процесів впровадження "нової техніки". Тут під поняттям "нова техніка" розуміють вперше реалізовані результати наукових досліджень і прикладних розробок, які містять винаходи та інші науково-технічні досягнення, нові або вдосконаленні технологічні процеси виробництва, знаряддя й предмети праці, які забезпечують при їх використанні на всіх рівнях управління підвищення техніко-економічних показників виробництва або вирішення соціальних та інших завдань його розвитку. За своїм характером інноваційні процеси поділяються на технічні, організаційні та соціально-економічні.

Технічні нововведення охоплюють процеси освоєння випуску нових видів продукції (виробів, нових знарядь чи предметів праці), а також процеси впровадження нових й вдосконалення діючих технологічних процесів виробництва.

Організаційні нововведення охоплюють процеси впровадження нових форм і методів організації наукової та виробничої діяльності трудових колективів, таких як: нові методи та форми організації виробництва усіх виробничих підрозділах підприємства; нові організаційні структури управління науковою і виробничою діяльністю підприємства; нові форми та методи організації праці на підприємстві.

Соціально-економічні нововведення охоплюють процеси активізації людського фактора, а також процеси щодо вдосконалення економічних методів управління наукою та виробництвом шляхом: морального стимулювання їх творчого ставлення до праці та системи охорони здоров'я, вдосконалення виховної роботи в колективі шляхом впровадження та вдосконалення внутрішньовиробничого госпрозрахунку, повної реалізації функцій прогнозування, планування, фінансування, ціноутворення, аналізу результатів діяльності, а також удосконалення систем оплати праці та матеріального стимулювання.

Модель інноваційного процесу має циклічний характер і складається з таких стадій:

- виникнення ідеї;
- фундаментальні дослідження (розробка гіпотез, концепцій, теорій в певних галузях наукової діяльності, які є основою для створення нових або удосконалення існуючих виробничих матеріалів);
- прикладні дослідження (виявлення шляхів і способів застосування відкритих законів і явищ природи на цілі виробництва в певні галузі);
- розробка і проектування;
- освоєння та дослідне виробництво (конструювання та впровадження наукових досліджень у виробництво, створення зразків нової техніки);
- промислове виробництво;
- збут.

За масштабом впливу на функціонування науки й виробництва всі нововведення поділяють на глобальні й локальні.

Глобальні нововведення здебільшого є принципово новими, які об'єктивно приводять до революційних, докорінних, якісних змін у науці, техніці, технології, організації управління і, найголовніше, в характері трудової діяльності.

Локальні нововведення становлять основу еволюційних перетворень у сфері людської діяльності, які не мають істотного впливу на загальний рівень ефективності виробництва.

3. Економічна ефективність технічних і організаційних нововведень.

До груп технічних нововведень, стосовно яких визначаються і оцінюються економічна та інші види ефективності, відносяться створення, виробництво та використання нових або модернізація (поліпшення експлуатаційних характеристик) існуючих засобів праці (машин, устаткування, будівель, споруд, передавальних пристроїв), предметів праці (сировини, матеріалів, палива, енергії) і споживання (продукції для безпосереднього задоволення потреб населення), технологічних процесів, включаючи ті з них, що містять винаходи і раціоналізаторські пропозиції. Єдиним узагальнюючим показником економічної ефективності будь-якої групи технічних нововведень є економічний ефект, що характеризує абсолютну величину перевищення вартісної оцінки очікуваних (фактичних) результатів нововведення над сумарними витратами ресурсів за певний період. Величина економічного ефекту обчислюється в наступних формах:

- загальногосподарський ефект (за умов використання нововведень);
- внутрішньогосподарський (комерційний) ефект, що одержується окремо розробником, виробником і споживачем технічних нововведень.

Загальногосподарський економічний ефект ($Е_{зг}$) визначається шляхом порівняння результатів від застосування технічних нововведень і всіх витрат на їх розробку, виробництво і споживання. Він характеризує ефективність певної групи технічних нововведень з погляду їх впливу на кінцеві показники розвитку економіки України і визначається за формулою:

$$\mathbf{Е_{зг} = Р - В}, \qquad (15.1)$$

де **Р** – загальний результат технічних нововведень, тис.грн; **В** – сумарні витрати, вкладені для досягнення результату, тис.грн.

Внутрішньогосподарський (комерційний) економічний ефект обчислюється на окремих стадіях відтворювального циклу "наука – виробництво – експлуатація (споживання)" і визначається аналогічно, тільки в своїх масштабах.

Оскільки розрахунковий період має значну тривалість, то результати й витрати за кожний його рік треба визначати з урахуванням чинника часу. Тоді загальногосподарський економічний ефект від технічних нововведень розраховується за формулою:

$$E_{ЗГ} = \sum_{i=n}^{к} (P_i - B_i) \times КД_i \quad , \qquad (15.2)$$

де P_i – B_i – вартісна оцінка відповідно результатів і витрат у і-му році розрахункового періоду; *п, к* – відповідно початковий і кінцевий роки розрахункового періоду; $КД_i$ – коефіцієнт дисконтування.

Загальні результати технічних нововведень визначаються як сума основних ($Р_{осн}$) і супровідних ($Р_{супр}$) результатів:

$$\mathbf{Р_{заг} = Р_{осн} + Р_{супр}} \qquad (15.3)$$

Основні результати обчислюються за формулами :

- для засобів тривалого користування: $Р_{осн} = Ц_i \times V_i \times Пр_i$, (15.4)
- для нових предметів праці: $Р_{осн} = Ц_i \times V_i / В_{ПП}$ (15.5)

де $Ц_i$ – ціна одиниці продукції, яку виробляють за допомогою нових засобів праці або предметів праці в і-му році; V_i – обсяг застосування нових засобів праці або предметів праці в і-му році; $Пр_i$ – продуктивність засобів праці в і-му році; $В_{ПП}$ – витрати предметів праці на одиницю продукції, що виготовляється в і-му році.

Сумарні витрати на реалізацію технічного нововведення за розрахунковий період включають витрати на виробництво та використання продукції. При цьому витрати як на виробництво, так і на використання продукції (без урахування витрат на придбання самої продукції) обчислюються однаково:

$$B_{вир+викор} = \sum_{i=n}^{к} (B_{пот.i} + ОВ_i - ОЗ_i) \times КД_i \qquad (15.6)$$

де $B_{пот.i}$ – поточні витрати на виробництво (використання) продукції в році і-му без урахування амортизаційних відрахувань на реновацію; $ОВ_i$ – одночасні витрати на виробництво (використання) продукції в і-му році; $ОЗ_i$ – залишкова вартість (ліквідаційне сальдо) основних засобів, що вибувають в і-му році.

Для визначення економічного ефекту від створюваних технічних новин і використовуваних технічних нововведень можна застосувати показник прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства, тобто чистого прибутку (ЧП) :

$$ЧП_i = Q_i - C_i - B_i \qquad (15.7)$$

де Q_i – виручка від реалізації продукції науко-технічного або виробничо-технічного призначення в і-му році за ринковими цінами; C_i – собівартість продукції в і-му році; B_i|– загальна сума виплат з прибутку підприємства та податків в і-му році.

Результати реалізації технічних нововведень суттєво впливають на госпрозрахункові показники роботи підприємств-споживачів нововведень. Такими показниками можуть бути:

1. Приріст прибутку за рік від виробництва власної продукції за допомогою нової техніки (ΔП):

$$\Delta П = (Ц_2 - В_2) \times V_2 - (Ц_1 - В_1,) \times V_1, \qquad (15.8)$$

де $В_1$ $В_2$ – витрати, віднесені на одиницю продукції, виготовленої за допомогою відповідно базової і нової техніки, грн; $Ц_1$, $Ц_2$ – оптова ціна одиниці продукції при використанні базової і нової техніки, грн; V_1 V_2 – обсяги виробництва продукції за допомогою відповідно базової і нової техніки, (натур. од.)

2. Умовне вивільнення працюючих у зв'язку з упровадженням нової техніки (ΔЧ):

$$\Delta Ч = \frac{Ц_2 \times V_2}{ПП_1} - \frac{Ц_2 \times V_2}{ПП_2} \qquad (15.9)$$

де $ПП_1$, $ПП_2$ – продуктивність праці відповідно до і після впровадження нової техніки, грн.

3. Економія капітальних вкладень (ΔКВ):

$$\Delta КК = (КК_1 \times \frac{ПТ_2}{ПТ_1} - КВ_2) \times V_2 \qquad (15.10)$$

де $КВ_1$ $КВ_2$ – питомі капітальні вкладення при використанні базової і нової техніки, грн; $ПТ_1$, $ПТ_2$ – продуктивність одиниці базової і нової техніки за одиницю часу, натур, од. або грн за одиницю часу.

4. Зниження матеріальних витрат (ΔМВ):

$$\Delta МВ = (МВ_1 - МВ_2) \times V_2, \qquad (15.11)$$

де $МВ_1$ $МВ_2$ – матеріальні витрати на одиницю продукції при використанні базової і нової техніки, грн.

Визначення й оцінка економічної ефективності організаційних нововведень, що потребують додаткових істотних одночасних витрат (наприклад, організація нових спеціалізованих або комбінованих виробництв; концентрація виробництва на діючому підприємстві, яка спричиняє необхідність його розширення, реконструкції або технічного переозброєння), здійснюється так само, як і нових технічних рішень. При цьому до складу поточних витрат повинні входити додаткові транспортні витрати, а також втрати сировини (матеріалів) і готової продукції при їх транспортуванні й зберіганні.

Ефективність безвитратних нових організаційних рішень (зокрема запровадження прогресивної форми організації і оплати праці; удосконалення окремих елементів господарського механізму – організаційних структур управління, систем планування і фінансування; створення нових ринкових структур) визначають на основі обчислення економії переважно поточних витрат, зумовленої здійсненням таких нововведень. При цьому у кожному конкретному випадку необхідно точно окреслювати коло показників для оцінки ефективності тієї або іншої групи безвитритних організаційних рішень.

Контрольні питання

1. Характеристика інноваційної діяльності підприємства.
2. Типи й класифікація інновацій.
3. Суб'єкти і об'єкти інноваційної діяльності.
4. Функції та значення технополісу, технопарку та бізнес-інкубатора.
5. Дайте визначення інноваційному процесу.

6. Стадії складання інноваційного процесу.
7. Характеристика глобальних та локальних нововведень.
8. Охарактеризувати народногосподарський економічний ефект.
9. Якими основними показниками характеризується ефективність запроваджених нових технічних нововведень ?
10. Визначення економічної ефективності організаційних нововведень.

Тести

1. Інноваційні процеси, результатом яких є нові вироби, технології їх виготовлення, засоби виробництва, називаються:
а) економічними;
б) технічними;
в) організаційними;
г) екологічними.

2. Найбільший за наслідками безпосередній вплив на результативність (ефективність) діяльності підприємства мають такі нововведення :
а) організаційні та економічні;
б) технічні та організаційні;
в) соціальні та юридичні;
г) технічні та юридичні.

3. Інноваційними процесами є :
а) удосконалення транспортних засобів підприємства;
б) розвиток соціальної інфраструктури;
в) розвиток підприємства та галузей на якісно новому рівні;
г) диверсифікація виробництва.

4. Соціально-економічні інноваційні процеси передбачають появу і впровадження :
а) нових технологічних процесів;
б) нових методів організації виробництва та праці;
в) нових організаційних структур;
г) процесів активізації людського фактору.

5. Технопарк-це :
а) ділянка землі, на який розміщені продукти науково-технічної діяльності;
б) сукупність компаній, які займаються науково-технічною діяльністю і розміщені на певній території;
в) сукупність організацій створених для підтримки малого бізнесу, які діють в рамках певної адміністративно-територіальної одиниці;
г) колектив кваліфікованих спеціалістів різних наукових напрямків.

16. ТЕХНІКО-ТЕХНОЛОГІЧНА БАЗА ТА ВИРОБНИЧА ПОТУЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

1. Поняття про виробничий процес та його складові.
2. Організаційні типи виробництв.
3. Інфраструктура підприємства.
4. Оцінка технічного рівня виробництва.
5. Форми організації виробництва.
6. Виробнича потужність підприємства.

1. Поняття про виробничий процес та його складові.

Виробничий процес – це сукупність взаємопов'язаних дій людей, засобів праці та природи, потрібних для виготовлення продукції. Засоби виробництва і праці утворюють техніко-технологічну базу (ТТБ) підприємства. Вона являє собою сукупність найбільш активних елементів виробництва, яка визначає технологічний спосіб одержання кінцевої продукції.

ТТБ виробництва має технічну та технологічну складові.

До ***технічної*** складової відносяться**:**

- енергетична база виробництва;
- виробничі машини і устаткування, транспортні, переміщувальні пристрої;
- інформаційно-обчислювальна техніка і засоби зв'язку.

До ***технологічної*** складової відносяться застосовувані технології:

- операції з певних фаз виробничого процесу (видобуток, обробка, переміщення, складування, контроль тощо);
- технології з переробки ресурсів та одержання готової продукції;
- технологічна документація загального і спеціального призначення.

Рис. 16.1. Форми підтримки і розвитку техніко-технологічної бази виробництва.

2. Організаційні типи виробництв.

Організаційний тип виробництва – це класифікаційна категорія комплексної характеристики організаційно-технічного рівня виробництва, яка

зумовлена широтою номенклатури, регулярністю, стабільністю та обсягом випуску продукції, а також формою руху виробів здовж робочих місць.

Тип виробництва визначає структуру підприємства і цехів, характер завантаження робочих місць та руху предметів праці в процесі виробництва. Кожний тип виробництва має свої особливості організації виробництва, праці, технологічних процесів і устаткування, що застосовуються, складу і кваліфікації кадрів, а також матеріально-технічного забезпечення. Кожний організаційний тип виробництва зумовлює певні особливості формування системи планування, обліку та оперативного управління усіма внутрішніми процесами на підприємстві.

Розрізняють три основні типи виробництва: ***одиничне, серійне, масове*** (табл. 16.1).

Одиничне виробництво характеризується широкою номенклатурою виробів, малим обсягом їх випуску на робочих місцях, які не мають певної спеціалізації.

Серійному виробництву властива обмежена номенклатура виробів, що виготовляються періодично повторюваними партіями, і порівняно великий обсяг випуску.

Масове виробництво характеризується вузькою номенклатурою і великим обсягом випуску виробів, що виготовляються безперервно протягом тривалого часу.

Таблиця 16.1

Порівняльна техніко-економічна характеристика організаційних типів виробництва

Параметри	***Виробництво***		
	Одиничне	***Серійне***	***Масове***
Спеціалізація робочих місць	За кожним робочим місцем не закріплені певні операції	За кожним робочим місцем закріплено від 3 до 20 періодично повторюваних операцій	За кожним робочим місцем закріплені 1-2 постійні операції
Постійність номенклатури	Неповторювана	Повторюється періодично	Постійний випуск однакової продукції
Номенклатура продукції	Широка, різноманітна, неповторювана	Малостійка, обмежена серіями, випуск яких періодично повторюється	Вузька, постійна, один або кілька однотипних виробів
Тип устаткування	Універсальне	Спеціалізоване	Спеціалізоване
Рівень використання устаткування	Низький	Середній	Високий
Методи організації виробництва	Групові, одиничні	Поточні, партіонні, групові	Поточні
Частка річної праці	Висока	Середня	Низька
Кваліфікація	Висока	Середня	Низька

3. Інфраструктура підприємства.

Інфраструктура підприємства – це комплекс цехів, господарств і служб, що забезпечують необхідні умови для його нормальної (беззбійної, ритмічної) роботи. Виокремлюють виробничу, соціальну інфраструктуру, а також капітальне будівництво (рис. 16.2).

Рис. 16.2. Елементи інфраструктури виробничого підприємства.

Виробнича інфраструктура підприємства – це сукупність допоміжних та обслуговуючих підрозділів, які прямо не беруть участі у створенні основної продукції, але своєю діяльністю сприяють роботі основних цехів, створюючи необхідні для цього умови. Склад виробничої інфраструктури залежить від галузі, типу й масштабу виробництва.

Соціальна інфраструктура підприємства – це сукупність підрозділів підприємства, які забезпечують задоволення соціально-побутових, культурних, освітніх потреб персонала.

Організація і стан інфраструктури суттєво впливають на економіку підприємства. На сучасному підприємстві у сфері технічного обслуговування основного виробництва працює 40-50% його промислово-виробничого персоналу.

Відтворення і розвиток як виробничих, так і інфраструктурних об′єктів здійснюється в процесі капітального будівництва, яке є дещо специфічним елементом інфраструктури підприємства**.**

Капітальне будівництво вирішує питання створення нових, реконструкції, розширення і технічного переозброєння діючих виробничих та інфраструктурних об′єктів підприємства.

Центральною складовою **виробничої інфраструктури** підприємства є система технічного обслуговування основного виробництва, структура якої наведена на рис. 16.3.

\

Система технічного обслуговування

Ремонтне господарство	Інструментальне господарство	Транспортне господарство	Енергетичне господарство	Складське господарство
♦ **відділ головного механіка** ♦ ремонтно-механічний цех ♦ ремонтно-будівельний цех ♦ цехові ремонтні бази	♦**інструментальний відділ** ♦інструментальний цех ♦центральний інструментальний склад ♦цехові інструмен-тально-роздавальні комори	♦ **транспортний відділ (цех)** ♦ окремі транспортні цехи: залізничний, автомобільний, автобусний, електро-карний тощо	♦ **відділ головного енергетика** господарства: ♦електросилове, ♦ теплосилове, ♦ газове, ♦ пічне, ♦ слабкострумове, ♦ енергоремонтне	**сукупність складів:** ♦матеріальні ♦ виробничі ♦ збутові

Рис. 16.3. Склад виробничої інфраструктури підприємства.

Машини і устаткування в процесі виробництва поступово зношуються. Тому періодично виникає необхідність відновлення або заміни зношених частин устаткування. Такі операції виконує на підприємстві *ремонтне господарство*. Воно підпорядковується відділу головного механіка начолі з головним механіком. Відділ головного механіка дбає про відновлення та заміну зношених частин устаткування, розробляючи план планово-попереджувальних ремонтів та контролюючи його виконання.

Інструментальне господарство – це сукупність загальнозаводських та цехових підрозділів, що зайняті придбанням, проектуванням, виготовленням та відновленням технологічної оснастки, її обліком, зберіганням та вчасною видачею на робочі місця. Інструментальне господарство підпорядковується інструментальному відділу підприємства на чолі з головним технологом.

Інструментальний відділ координує вказані види робіт, планучи постачання інструментів і пристроїв, що виготовляються на спеціалізованих інструментальних заводах, проектуючи технологічну оснастку для власних потреб.

Інструментальний цех здійснює виготовлення та відновлення інструменту загального користування. Весь придбаний, виготовлений та відновлений інструмент надходить до центрального інструментального складу, а далі розподіляється поміж цеховими інструментально-роздавальними коморами, які вже безпосередньо обслуговують робочі місця.

На більшості виробничих підприємств процес виготовлення продукції супроводжується переміщенням різноманітних предметів праці, інших вантажів. Комплекс цехів, що займається їх транспортуванням та вантажно-розвантажувальними роботами утворює *транспортне господарство* підприємства. Його склад залежить від характеру продукції, типу та обсягів виробництва. На підприємствах з великими обсягами перевезень існує ціле транспортне господарство: залучається залізничний, великогабаритний автомобільний, а іноді й річковий транспорт. На середніх підприємствах

створюється, як правило, єдиний транспортний цех. Малі підприємства часто використовують транспорт як послугу сторонньої організації. Транспортний цех може складатися з технічного бюро, бюро організації перевезень, диспетчерської служби тощо. Очолює транспортний підрозділ начальник транспортного цеху.

З осучасненням техніко-технологічної бази підприємства, збільшенням потужностей його устаткування збільшується і споживання енергії. Очевидно, що будь-які порушення в енергопостачанні здатні завдавати підприємству значних збітків. Тому для забезпечення безперешкодного енергопостачання на підприємство в його складі функціонує *енергетичне господарство*, яким керує відділ головного енергетика начолі з головним енергетиком. Залежно від специфіки діяльності та масштабів виробництва до складу енергетичного господарства можуть входити такі підрозділи:

- електросиловий → постачання електроенергії споживчої напруги (знижувальні підстанції, генераторне й трансформаторне устаткування, електричні мережі);
- теплосиловий → забезпечення парою, гарячею водою, стиснутим повітрям (котельні, компресорні пристрої, теплові мережі та вузли, системи водопостачання й каналізації);
- газовий → забезпечення газом, киснем, ацетиленом (газогенераторні та кисневі станції, газові мережі, газорозподільні станції та вузли, холодильні та вентиляційні установки);
- пічний → термічна обробка (нагрівальні й термічні печі);
- слабкострумовий → забезпечення телефонного, телеграфного зв′язку, підтримання комп′ютерних та інформаційних мереж, експлуатація акумуляторних пристроїв (власна АТС, різні види промислового зв′язку (селекторний, диспетчерський тощо), зарядні станції, акумуляторне господарство);
- енергоремонтний → капітальний ремонт і модернізація електрообладнання, електроапаратури, іншого устаткування (ремонтні дільниці, обмотувальні, слюсарно-механічні, складальні дільниці й майстерні).

Відділ головного енергетика визначає потребу в паливі та енергоносіях з урахуванням втрат у внутрішніх мережах, обгрунтовує необхідну кількість кожного виду енергії як за рахунок їх купівлі, так і за рахунок можливого виробництва енергії власними генеруючими установками, займається проектуванням оптимальних режимів роботи виробничого устаткування, використанням вторинних енергоресурсів, пошуком резервів економії паливно-енергетичних ресурсів. Для цього складається плановий енергетичний баланс. Звітний енергетичний баланс використовується для аналізу фактичного стану енергозабезпечення підприємства та контролю за використанням енергоресурсів.

Умовою безперебійної роботи підприємства також є створення певних запасів сировини, матеріалів, палива, комплектуючих виробів, напівфабрикатів власного виготовлення тощо. Усі ці запаси зберігаються на різних складах підприємства, сукупність яких утворює його *складське господарство.* Структура складського господарства формується в залежності від номенклатури матеріалів, що споживаються, типу і рівня спеціалізації та обсягу виробництва. На підприємстві можуть існувати такі види складів:

- матеріальні – для зберігання запасів сировини, матеріалів, палива та інших матеріальних цінностей, що надходять на підприємство ззовні;
- виробничі – для зберігання напівфабрикатів власного виготовлення;
- збутові – для зберігання готової продукції та тих відходів основного виробництва, що підлягають реалізації.

Організація складського господарства вирішує проблеми приймання, розміщення, зберігання матеріалів, їх підготовки до виробничого використання і видачі на робочі місця, а також обліковує рух матеріальних ресурсів. Завезення матеріалів на склади підприємства здійснюється відповідно до оперативних планів відділу матеріально-технічного постачання. Відвантаження готової продукції відбувається відповідно до планів комерційного відділу підприємства.

Очолює підрозділи **соціальної інфраструктури** заступник директора підприємства з кадрових та соціальних питань. Йому підпорядковуються відділи: кадрів, технічного навчання, адміністративно-господарський та житлово-комунальний тощо, які вже безпосередньо здійснюють управління діяльністю установ соціальної інфраструктури.

Для задоволення соціальних потреб персонала підприємство складає план соціального розвитку, тобто обгрунтовану фінансовозабезпечену систему заходів, спрямованих на вдосконалення соціально-культурного обслуговування, поліпшення умов праці й побуту всіх категорій працюючих. В цьому плані обов′язково передбачаються заходи щодо вдосконалення санітарно-гігієнічних умов праці (зниження рівня шумів, вібрацій, запиленості та загазованості повітря тощо), а також заходи, які підвищують безпеку праці та усувають виробничий травматизм та професійні захворювання. До плану соціального розвитку трудового колективу включають також заходи для поліпшення житлових та побутових умов працівників підприємства, зміцнення матеріально-технічної бази об′єктів соціальної інфраструктури тощо.

До сфери **капітального будівництва** відносять:

- ***здійснення*** проектно-пошукових та інших підготовчих робіт, пов′язаних із спорудженням нових об′єктів виробничого та невиробничого призначення;
- ***спорудження*** будівель і об′єктів виробничого та невиробничого призначення;
- ***монтаж*** виробничого і невиробничого устаткування;
- ***проведення*** капітального та відновлювального ремонтів будівель і споруд виробничого та невиробничого призначення.

Спорудженню того чи іншого об′єкта передує економічне обгрунтування і проектування всіх видів робіт. Таким чином, проект здійснення капітальних робіт повинен містити увесь необхідний комплекс технічної та економічної документації. Від якості такого проекту залежить майбутня ефективність роботи споруджуваного об′єкту.

Капітальне будівництво, як правило, здійснюється двома способами: підрядним та господарським.

П і д р я д н и й спосіб передбачає здійснення капітальних робіт постійно діючими спеціалізованими організаціями, які не входять до складу підприємства. При цьому складаються договори підряду, які є основою подальших трудових та фінансових відносин.

Г о с п о д а р с ь к и й спосіб здійснення капітальних робіт передбачає їх виконання власними силами підприємства. Капітальні роботи при цьому ведуться паралельно з основною виробничою діяльністю.

4. Оцінка технічного рівня виробництва.

Для оцінки технічного рівня устаткування розраховуються такі показники:

- продуктивність (потужність);
- надійність, довговічність;
- питома металомісткість;
- середній термін експлуатації;
- частка прогресивних видів обладнання в їх загальній кількості;
- частка технічно і економічно застарілого устаткування в його загальній кількості;

а також такі комплексні показники як:

1. Рівень механізації та автоматизації виробництва:

$$Рівень_М+А_виробництва = \frac{кількість_працюючих_на_автоматизованих_роб.місцях}{загальна_кількість_працюючих}$$

2. Рівень прогресивності технологічних процесів:

$$Рівень_прогресивності_техн.процесів = \frac{кількість_прогресивних_технол.процесів}{загальна_кількість_технол.процесів}$$

За відсутністю вичерпної інформації часто буває неможливо розрахувати даний показник. Тоді для оцінки використовуються експертні висновки фахівців підприємства. Для визначення рівня прогресивності технологій також можуть використовуватися показники:

1) структура технологічних процесів за трудомісткістю;
2) частка нових технологій за обсягом або трудомісткістю продукції;
3) середній вік застосовуваних технологічних процесів;
4) коефіцієнт використання сировини і матеріалів.

3. Середній вік технологічного обладнання або коефіцієнт фізичного зносу устаткування.

4. Фондоозброєність праці персоналу підприємства.

$$Фондоозброєність_праці_персонала = \frac{вартість_активної_частини_ОВЗ}{середня_чисельність_персоналу},$$

де *ОВЗ* – основні виробничі засоби.

5. Рівень утилізації відходів виробництва.

6. Рівень забруднення природного середовища.

7. Частка екологічно чистої продукції.

Об'єктивність такої оцінки можна забезпечити лише за умови не тільки методично правильного обчислення відповідних показників, а й порівняння їх динаміки на даному підприємстві за кілька років та порівняння з досягнутим рівнем на інших споріднених (одногалузевих) підприємствах.

5. Форми організації виробництва.

В усьому світі існує досить стала тенденція підприємств різних форм організації виробництва до об'єднання**.** До таких форм організації виробництва належать: концентрація (деконцентрація), спеціалізація, кооперування, комбінування, конверсія, диверсифікація.

Концентрація виробництва – це процес зосередження робочої сили, засобів праці, фінансових ресурсів на великих підприємствах, що призводить до збільшення обсягів випуску продукції. Процесу концентрації промислового виробництва в сучасних умовах притаманна докорінна зміна техніки на базі НТП, зосередження її на великих підприємствах. На концентрацію виробництва впливають такі чинники як зростання потреби в окремих видах продукції. Поряд із концентрацією існує і зворотній процес – ***деконцентрація*** виробництва.

Спеціалізація – це процес зосередження зусиль підприємства на випуску певних видів продукції, тобто це процес випуску однорідної продукції або виконання окремих технологічних операцій на підприємствах.

Кооперування – це використання тривалих виробничих зв'язків між підприємствами, що сумісно виготовляють кінцевий продукт. Головна умова кооперування – широка мережа подетально або технологічно спеціалізованих та організаційно відокремлених підприємств.

Комбінування – це процес поєднання в одному підприємстві різногалузевих виробництв, пов'язаних між собою у технічному, економічному та організаційному відношеннях. Характерними ознаками комбінованого підприємства (комбінату) є:

- об'єднання різнорідних виробництв;
- пропорційність між ними;
- техніко-економічна та виробнича єдність виробництва;
- єдине енергетичне, обслуговуюче господарство, спільні допоміжні виробництва.

Комбінування з економічної точки зору є однією з найпрогресивніших форм організації виробництва, бо дозволяє:

- знизити матеріаломісткість продукції (за рахунок комплексного використання сировини, відходів виробництва і безперервності технологічного процесу);
- знизити транспортні витрати;
- ефективно використовувати основні виробничі фонди і виробничі потужності підприємства;
- скоротити кількість виробничих відходів і тим самим позитивно впливати на навколишнє природне середовище.

Конверсія як форма організації виробництва характеризує істотне або часткове перепрофілювання підприємства на випуск іншої продукції під впливом докорінної зміни ринкового середовища або глобальних чинників розвитку економіки.

Процеси конверсії здійснюються за загальнонаціональними програмами, які розробляються та затверджуються на самих високих рівнях керівництва країною. У конверсійних програмах України існує три загальні пріоритети і напрями, за якими вони відбуваються:

- розробка устаткування для виробництва продуктів харчування;
- створення медичної та іншої техніки для охорони здоров'я;
- виготовлення товарів масового споживання.

Диверсифікація підприємства означає одночасний розвиток на ньому різногалузевих виробництв, які не пов'язані між собою, що у підсумку призводить до розширення номенклатури та асортименту вироблюваної продукції в межах одного підприємства. При диверсифікації підприємство має вихід на кілька ринків одночасно, що зменшує його комерційні та фінансові ризики.

Диверсифікація підприємства відображає процес розширення його підприємницької діяльності. Використовуючи власні накопичення, підприємство не тільки підтримує і розвиває свій основний бізнес, але й освоює нові ринки збуту, створюючи нові види продукції. В результаті диверсифікації підприємства перетворюються в складні багатоцільові комплекси, що випускають продукцію або надають послуги різноманітного призначення й характеру.

6. Виробнича потужність підприємства.

Виробнича потужність – це характеристика устаткування підприємства, вона визначає максимально можливий випуск продукції за певний період часу. Виробнича потужність класифікується за такими ознаками:

1. За видами:

- *проектна* (визначається в процесі проектування та будівництва);
- *поточна* (визначається періодично в залежності від умов виробництва);
- *резервна* (використовується під час пікових навантажень).

2. За рівнем розрахунку:

- *одиниці устаткування;*
- *підрозділу (цеху, виробничої дільниці);*
- *підприємства загалом.*

Виробнича потужність підприємства розраховується з дотриманням певних принципів:

- виробничу потужність підприємства визначають за всією номенклатурою профільної продукції, що виробляється;
- виробнича потужність підприємства встановлюється, виходячи з потужності провідних цехів (основного виробництва);
- при розрахунках виробничої потужності підприємства враховують усе діюче та недіюче (через несправність, ремонт або модернізацію) устаткування цехів.

Визначення виробничої потужності завершують складанням балансу, що фіксує її зміни протягом розрахункового періоду, а потім визначають вихідну потужність на кінець розрахункового періоду за формулою:

$$ВП_{вих} = ВП_{поч} + ВП_{вв} - ВП_{вив}\ , \qquad (16.1)$$

де $ВП_{поч}$ – виробнича потужність на початок розрахункового періоду; $ВП_{вв}$ – виробнича потужність, яка введена за розрахунковий період; $ВП_{вив}$ – виробнича потужність, яка виведена з експлуатації у розрахунковому періоді.

Середньорічну потужність ($\overline{ВП}$) по підприємству розраховують аналогічно середньорічній вартості основних засобів**:**

$$\overline{ВП} = ВП_{вх} + ВП_{вв} \times \frac{\mathrm{k}}{12} - ВП_{вив} \times \frac{12 - \mathrm{k1}}{12} \qquad (16.2)$$

де k, k1 – кількість місяців корисного використання груп устаткування у звітному році.

Виробничу потужність одиниці устаткування (агрегата) можна обчислити так:

$$ВП_{од} = Ф_{д} / t \qquad або \qquad ВП_{од} = p \cdot Ф_{д}\ , \qquad (16.3)$$

де $Ф_{д}$ – дійсний фонд часу роботи одиниці устаткування; t – трудомісткість виготовлення (обробки) одиниці продукції, p – продуктивність роботи одиниці устаткування.

Для обчислення *потужності виробничої дільниці* або *цеху* виробничу потужність одиниці устаткування домножують на кількість одиниць однотипного устаткування, яке розміщується у відповідних виробничих підрозділах.

<u>Приклад.</u> В механічому цеху встановлені і діють 30 верстатів. Трудомісткість обробки однієї деталі дорівнює 0,32 нормо-години. Режим роботи цеху – двозмінний, тривалість зміни 8 годин, у звітному році 260 робочих днів. Простої верстатів у поточних ремонтах складають 5% номінального фонду часу зміни. Коефіцієнт використання виробничої потужності 0,8. Визначити річну виробничу потужність цеху та фактичну кількість деталей, яку цех зуміє виробити за рік.

Розв'язання:

1. Ефективний фонд часу роботи одного верстата:

$$8 \cdot (1 – 0,05) \cdot 2 \cdot 260 = 3952 \text{ (годин).}$$

2. Виробнича потужність одного верстата: 3952 / 0,32 = 12350 (деталей).
3. Виробнича потужність цеху: 12350 · 30 = 370500 (деталей).
4. Фактичний випуск деталей у цеху: 370500 · 0,8 = 296400 (деталей).

Приклад. На початок року підприємство мало в розпорядженні основні засоби, загальна потужність яких становила у вартісному вираженні 200 тис.грн. У березні введено додаткові потужності, спроможні додатково випускати продукції на суму 50 тис.грн, а у жовтні виведено потужності, які давали підприємству обсяги виробництва на суму 20 тис.грн. Знайти вихідну потужність підприємства на кінець розрахункового року.

Розв'язання:

1. Вихідна потужність: 200 + 50 – 20 = 230 (тис.грн).

Контрольні питання

1. Що розуміють під поняттям "Виробничий процес"?
2. Які складові техніко-технологічної бази (ТТБ) виробництва?
3. Які форми підтримки ТТБ?
4. Які форми розвитку ТТБ?
5. За якими ознаками виокремлюють такі типи виробничих процесів як одиничні, серійні та масові?
6. За якими основними параметрами оцінюють технічний рівень виробництва?
7. Які форми організації виробництва існують?
8. Що мають на увазі, вживаючи термін "виробнича потужність"?
9. Яка роль інфраструктури підприємства? Які її основні складові?
10. Яку функцію на підприємстві виконує соціальна інфраструктура
11. Які завдання виконує відділ капітального будівництва?
12. Які існують способи ведення капітальних робіт на підприємстві?

Тести

1. Формами підтримки техніко-технологічної бази виробництва є:
   а) капітальний ремонт устаткування
   б) модернізація устаткування
   в) заміна спрацьованого устаткування новим такого ж технічного рівня
   г) розширення діючого виробництва.
2. Формами розвитку техніко-технологічної бази виробництва є:
   а) технічне переозброєння устаткування
   б) нове будівництво
   в) капітальний ремонт устаткування
   г) реконструкція.

3. До технічної складової техніко-технологічної бази відносять:

а) операції зі складування предмета праці

б) енергетичну базу виробництва

в) операції з обробки предмета праці на виробничому устаткуванні

г) інформаційно-обчислювальну техніку.

4. До технологічної складової техніко-технологічної бази відносять:

а) технології з переробки ресурсів

б) операції з переміщення предмета праці в процесі виробництва

в) транспортно-переміщувальні машини

г) засоби диспетчерського зв'язку.

5. Спеціалізація робочих місць для серійного виробництва така, що:

а) за кожним робочим місцем не закріплені певні операції

б) за кожним робочим місцем закріплено 1-2 постійні операції

в) за кожним робочим місцем закріплено від 3 до 20 постійних операцій

г) за кожним робочим місцем закріплено від 3 до 20 періодично повторюваних операцій.

6. Поділ типів виробництв на одиничні, серійні та масові здійснюється на основі таких параметрів як:

а) спеціалізація робочих місць

б) широта номенклатури вироблюваної продукції

в) обсяги випуску продукції

г) рівень використання устаткування.

7. Відновлення та заміна зношених частин устаткування, розробка план планово-попереджувальних ремонтів та контроль за його виконанням – це завдання ... господарства у складі системи технічного обслуговування.

а) енергетичного

б) транспортного

в) ремонтного

г) складського

8. Форма організації виробництва, яка полягає у зосередженні робочої сили, засобів праці, фінансових ресурсів на великих підприємствах, що призводить до збільшення обсягів випуску продукції, називається:

а) диверсифікацією

б) конверсією

в) концентрацією

г) комбінуванням.

9. Форма організації виробництва, при якій підприємство має вихід на кілька ринків одночасно, що зменшує його комерційні та фінансові ризики, називається:

а) диверсифікацією

б) конверсією

в) спеціалізацією

г) кооперуванням.

10. На початок року виробнича потужність цеха становила 18 тисяч виробів. З 15 квітня потужності були збільшені і випуск становив 20 тисяч виробів, а з 1 жовтня частину устаткування було законсервовано і потужність скоротилася на 2 тисячі виробів. Якою є вихідна виробнича потужність даного цеха?

а) 12 тис. виробів
б) 18 тис. виробів
в) 20 тис. виробів
г) інша відповідь.

17. МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ І ВИРОБНИЧА ЛОГІСТИКА

1. Матеріальне забезпечення виробництва.
2. Технічне забезпечення виробництва.
3. Служба матеріально-технічного постачання та її завдання.
4. Цілі та функції виробничої логістики.

1. Матеріальне забезпечення виробництва.

Завданням матеріального забезпечення є визначення потреби в усіх видах ресурсів, їх розподіл за видами робіт і в часі.

Основою розрахунків потреби у більшості **матеріальних** ресурсів є планові норми й нормативи витрат, які розробляються щодо основних та допоміжних матеріалів, покупних напівфабрикатів та комплектуючих виробів, а також до споживаних паливних та енергетичних ресурсів.

Так, кількісна потреба виробництва в і-му виді матеріальних ресурсів (MP_i) визначається добутком відповідної норми витрат (H_i) на кількість продукції (V_i), яку за виробничою програмою планується виготовити за певний період часу:

$$MP_i = H_i \times V_i \,. \qquad (17.1)$$

Для визначення суми грошей (B_i), потрібних на розраховану вище кількісну потребу у певному матеріалі, потрібно помножити MP_i на ціну ($Ц_i$) відповідного і-го матеріального ресурсу:

$$B_i = MP_i \times Ц_i \qquad (17.2)$$

Загальна ж потреба у *матеріалах* на основне виробництво (B_Σ) визначається у вартісному вираженні як сума витрат на кожен вид матеріалів: $B_\Sigma = \sum_{i=1}^{m} B_i$, де m – загальна кількість видів матеріалів, яких потребує виробництво.

Для проведення ремонтно-експлуатаційних (профілактичних) робіт щодо устаткування кількість потрібних *змащувальних мастил* визначають множенням нормативу їх споживання на одиницю устаткування за годину

роботи (H_i) на фонд часу роботи одиниці устаткування ($Ф_i$) і на їх кількість (K_i):

$$МР_{цех} = \sum_{i=1}^{n} H_i \times Ф_i \times K_i \ , \qquad (17.3)$$

де n – кількість видів устаткування, що використовується у виробництві. Нескладно визначається й вартісний вираз цієї потреби.

Загальна потреба виробництва в *електроенергії для технологічних цілей* ($\varepsilon_{технол}$) розраховується з урахуванням сумарної активної потужності устаткування усіх діючих агрегатів у цехах, кількості годин роботи устаткування, а також з урахуванням коефіцієнтів втрат електроенергії в мережі та електродвигунах:

$$\varepsilon_{технол} = \sum_{з=1}^{ї} \frac{H_i \times T_i \times M_i}{(1-k_1)\cdot(1-k_2)} \ , \qquad (17.4)$$

де H_i – годинна норма споживання електроенергії двигуном одиниці устаткування в і-му цеху (фізична потужність); M_i – кількість одиниць устаткування в і-му цеху; T_i – час роботи устаткування протягом планового періоду; k_1 – коефіцієнт втрати електроенергії в мережі; k_2 – коефіцієнт втрати електроенергії в двигунах устаткування; n – кількість виробничих підрозділів, де є споживання силової електроенергії.

Загальна потреба в *електроенергії для освітлення* всієї виробничої площі ($\varepsilon_{заг\ осв}$):

$$\varepsilon_{заг\ осв} = \sum_{з=1}^{ò} \frac{H_i \times S_i \times T_{îñâ} \times t_i}{1-k_1} \ , \qquad (17.5)$$

де H_i – норматив витрат електроенергії на освітлення 1 м^2 площі і-го приміщення протягом години; S_i – освітлювальна площа і-го приміщення (в м^2); $T_{осв}$ – освітлювальний період (у днях); t_i – час освітлення і-го приміщення протягом доби (в годинах); m – загальна кількість освітлювальних приміщень виробничого та невиробничого призначення.

<u>Приклад.</u> У механічному цеху фірми працюють три групи верстатів з технічними характеристиками, наведеними у таблиці. Визначити річну потребу цеха в силовій електроенергії, а також потребу в електроенергії на його освітлення. Скільки коштів потрібно для сплати цієї потреби, якщо тариф на споживання електроенергії становить 0,28 грн/кВт?

Параметри	***Верстати***		
	токарні	***свердлильні***	***фрезерувальні***
Кількість, шт.	8	10	5
Потужність двигуна, кВт/год.	1,6	0,5	0,45
Втрати енергії в мережі, $К_1$	0,02	0,02	0,02
Втрати енергії в двигунах, $К_2$	0,01	0,02	0,04

Загальна площа цеху — 400 м^2, тривалість роботи цеху з освітленням — 800 год. на рік, норма освітлення — 20 Вт/м^2, загальний фонд часу роботи цеху — 2000 год/рік.

Розв'язання:

1. Річна потреба в силовій електроенергії групи токарних верстатів:

$$\frac{1{,}6*2000*8}{(1-0{,}02)(1-0{,}01)} = 26386{,}3(кВт).$$

2. Річна потреба в силовій електроенергії групи свердлильних верстатів:

$$\frac{0{,}5*2000*10}{(1-0{,}02)(1-0{,}02)} = 10412{,}3(кВт).$$

3. Річна потреба в силовій електроенергії групи фрезерувальних верстатів:

$$\frac{0{,}45*2000*5}{(1-0{,}02)(1-0{,}04)} = 4783{,}2(кВт).$$

4. Загальне споживання силової електроенергії в цеху:

26386,3 + 10412,3 + 4783,2 = 41581,8 (*кВт*).

5. Потреба в електроенергії на освітлення цеху протягом року:

$$\frac{20*400*800}{1-0{,}02} = 6530612(вт) = 6530{,}6(кВт).$$

6. Загальна потреба цеху в електроенергії на рік:

41581,8 + 6530,6 = 48112,4 (кВт).

7. Загальна річна потреба цеху в коштах на покупку електроенергії:

48112,4 * 0,28 ≈ 13,472 (тис.грн).

Приклад. Витрати мастила для роликів преса в середньому складають 2,5 кг в місяць на 1 прес потужністю 3 тонни заготівок за робочу зміну. Вартість мастила становить 85 грн за кілограм. Виробнича програма цеху – обробка 1200 тонн заготівок за місяць. В місяці 25 робочих змін. Визначити кількість пресів, потрібну цеху для виконання місячної виробничої програми та кошти для закупівлі потрібної кількості мастил.

Розв'язання:

1. Кількість пресів, потрібну цеху для виконання виробничої програми:

1200 : (25 * 3) = 16 (шт.).

2. Кошти для закупівлі потрібної кількості мастил:

2,5 * 16 * 85 = 3400 (грн).

Розрахунок споживання палива для обігріву приміщень здійснюється тоді, коли підприємство має власні автономні джерела опалювання (котельні) і має дбати про запасання органічного палива на весь опалювальний сезон. Тоді обчислюють річну потребу в *умовному паливі* (опалення приміщень у зимовий період):

$$\varepsilon^{оп} = \sum_{i=1}^{k}(H_i \times V \times T) \times K_i^{екв} \quad ,$$

де H_i – добова норма споживання певного виду палива на опалення 1 м^3 приміщень (у кг) і доведення до потрібної температури; V – об'єм опалювальних приміщень в 1 м^3; T – опалювальний період (у днях); $K_i^{екв}$ – калорійний (тепловий) еквівалент використовуваного палива; k – кількість видів

палива. Якщо підприємство має кілька приміщень, то загальна потреба у паливі становитиме: $\varepsilon_{заг} = \sum_{\grave{o}=1}^{Ð} \varepsilon^{оп}{}_{m}$, де P – кількість опалюваних приміщень.

Умовне паливо – одиниця обліку органічного палива, яка використовується для зіставлення ефективності різних видів палива та їх сумарного обліку. Теплота згоряння 1 кг умовного палива (або 1 м^3 газоподібного) дорівнює 29,3 МДж (7000 Ккал). Перерахунок натурального палива в умовне визначається шляхом множення кількості натурального палива на відповідний калорійний еквівалент.

Приклад. Приміщення цеху автономно опалюється взимку двома видами палива: кам'яним та бурим вугіллям. Добова норма споживання кам'яного вугілля на опалення 1 м^3 виробничого приміщення до нормальної температури становить 0,8 кг, бурого – 1,2 кг. Приміщення має габарити: 20×6×4. Опалювальний сезон триває 100 днів; у перші 40 днів використовується кам'яне вугілля, далі – буре. Тепловий еквівалент кам'яного вугілля 0,814, а бурого – 0,345. Визначити загальну потребу в умовному паливі для опалення приміщення. Яка кількість дизельного пального (тепловий еквівалент 1,45) може замінити кам'яне та буре вугілля, що використовується при опаленні приміщення?

Розв'язання:

1) потреба у кам'яному вугіллі: 20 * 6 * 4 * 0,8 * 40 = 15360 кг,
2) потреба у бурому вугіллі: 20 * 6 * 4 * 1,2 * 60 = 34560 кг,
3) перевод в умовне паливо кам'яного вугілля: 15360 * 0,814 ≈ 12503 кг у.п.,
4) перевод в умовне паливо бурого вугілля: 34560 * 0,345 ≈ 11923 кг у.п.,
5) разом умовного палива: 12503 + 11923= 24426 кг у.п. ≈ 24,5 т у.п.
6) дизельне пальне: 24,5 : 1,45 ≈ 17 т.

2. Технічне забезпечення виробництва.

Основні завдання, які розв'язуються в межах технічного забезпечення виробництва:

- визначення потрібної кількості устаткування кожного виду;
- визначення виробничої потужності окремих дільниць і виробництва загалом;
- визначення ступеня завантаженості устаткування.

Кількість основного устаткування і-го виду (K_i) визначається за формулою:

$$K_i = \frac{\sum_i T_i}{Ф_{еф}}, \qquad (17.6)$$

де T_i – трудомісткість здійснення і-го виду робіт; $Ф_{еф}$ – ефективний фонд часу роботи устаткування за певний період часу.

Ефективний фонд часу роботи устаткування, наприклад, за рік визначається добутком:

$$Ф_{еф} = Ч_{зм} * К_{зм} * РД_{міс} * 12, \qquad (17.7)$$

де $Ч_{зм}$ – ефективний фонд часу роботи устаткування протягом робочої зміни; $К_{зм}$ – кількість робочих змін протягом доби; $РД_{міс}$ – середня кількість робочих днів протягом місяця.

Приклад. В цеху під час 8-годинної робочої зміни 12,5% часу витрачається непродуктивно, режим роботи цеха двозмінний, середня кількість робочих днів місяця – 23 дні. Тоді ефективний річний фонд часу роботи цехового устаткування становитиме:

$$8 * (1 – 0,125) * 2 * 23 * 12 = 3864 \text{ год.}$$

3. Служба матеріально-технічного постачання та її завдання.

Оскільки частка матеріальних витрат в обороті багатьох виробничих об'єктів становить в середньому близько 60%, то оптимізація постачання і використання матеріальних ресурсів стає важливою стратегічною задачею кожного виробництва. В організації матеріально-технічного постачання (МТП) криються значні резерви зниження собівартості вироблюваної продукції. Їх пошук і реалізація значною мірою залежать від ефективності всіх елементів МТП:

- визначення потреби в матеріальних ресурсах і формування політики їх закупівлі;
- оптимізації обсягів запасів;
- ритмічності постачання сировини й матеріалів;
- чіткої організації складування та зберігання ресурсів і готової продукції;
- транспортних перевезень;
- організації вантажно-розвантажувальних робіт.

Сучасна система МТП потребує використання відповідного інформаційного забезпечення щодо потоків сировини, матеріалів та готових виробів. Функції матеріально-технічного постачання виконує однойменний відділ. Його завдання:

- складання матеріальних балансів (узгодження між потребою у матеріалах і джерелами її задоволення);
- оптимізація виробничих запасів матеріально-технічних ресурсів;
- пошук і вибір постачальників матеріально-технічних ресурсів;
- укладання господарських договорів на поставки;
- розроблення програм промислової логістики щодо організації транспортних перевезень;
- організація контролю поставок матеріально-технічних ресурсів.

4. Цілі та функції виробничої логічтики.

Управління матеріально-технічним забезпеченням за допомогою виробничих ланок має свою специфіку і називається ***виробничою логістикою***.

Логістична концепція організації виробництва включає такі основні положення:

- відмова від надмірних запасів;

- відмова від перевищення часу на виконання основних транспортно-складських операцій;
- усунення нераціональних внутрішніх переміщень предметів праці;
- відмова від виготовлення продукції, яка не користується попитом;
- усунення простоїв устаткування;
- недопущення або швидке усунення браку в роботі.

Метою виробничої логістики є зниження витрат і підвищення якості продукції в процесі перетворення матеріальних ресурсів у готову продукцію підприємства.

До *функцій* виробничої логістики відносять:

1) планування виробничих процесів, яке має забезпечити їх безперервність і синхронізацію (розміщення устаткування, розстановка робочих місць, розміри партій замовлень, розрахунок параметрів потокових ліній тощо);

2) оптимізація виробничого процесу (організація руху матеріальних потоків у виробничих ланках, виявлення резервів скорочення витрат і підвищення якості, скорочення виробничого цикла, мінімізація відходів матеріалів тощо);

3) узгодження графіків виготовлення й випуску продукції зі службами постачання і збуту;

4) визначення виробничих нормативів (незавершеного виробництва, часу на виготовлення, послідовності технологічних операцій тощо), контроль їх дотримання;

5) оперативне управління виробничими процесами:
   - постійний облік і аналіз поточної інформації про фактичний перебіг робіт із виконання встановленого графіка виробництва, змінно-добових завдань щодо постачання матеріальних ресурсів у виробничі підрозділи;
   - виявлення і аналіз причин відхилень від встановлених планових завдань і календарних графіків виробництва та безперебійне забезпечення підрозділів матеріальними ресурсами, а також вжиття оперативних заходів щодо ліквідації цих причин;
   - координування поточної роботи взаємозв'язаних ланок виробництва;
   - контроль кількості, якості і собівартості готової продукції.

Контрольні питання

1. Які завдання вирішуються за допомогою матеріального забезпечення?
2. Що називається нормою (нормативом) витрат матеріальних ресурсів?
3. Яка необхідність переводу органічного палива в умовне?
4. Які основні завдання вирішує служба матеріально-технічного постачання?
5. Яка мета складання матеріальних балансів?
6. Що таке виробнича логістика?
7. Яка мета виробничої логістики?
8. Які основні функції має виконувати виробнича длогістика?

9. Яка сутність оперативного управління виробничими процесами?
10. Які основні положення логістичної концепції?

Тести

1. Підприємство планує за квартал виготовити 200 виробів. На виготовлення кожного витрачається 1,5 кг матеріалу "А" і 3,6 кг матеріалу "Б". Ціни матеріалів відповідно 40 грн і 65 грн. Яка вартість матеріалів у розрахунку на квартальний випуск продукції?

а) 48,3 тис.грн
б) 58,8 тис.грн
в) 62,4 тис.грн
г) інша відповідь.

2. В цеху підприємства під час 8-годинної робочої зміни 8% часу витрачається на профілактику устаткування, режим роботи – двозмінний, кількість робочих днів у місяці – 25. Ефективний місячний фонд часу роботи цехового устаткування становитиме:

а) 92 год.
б) 184 год.
в) 368 год
г) інша відповідь.

3. Виконання річної виробничої програми потребує 24000 нормо-годин роботи устаткування. В році 250 робочих днів, режим роботи однозмінний, робоча зміна триває 8 годин. Скільки одиниць устаткування потрібно задіяти?

а) 96 одиниць
б) 24 одиниці
в) 12 одиниць
г) інша відповідь.

4. На опалювальний сезон котельня підприємства запасає 48 тонн кам'яного вугілля (калорійний еквівалент 0,814). Скільки тонн дизельного палива (калорійний еквівалент 1,45) можуть замінити кам'яне вугілля? Відповідь закруглити до цілого.

а) 27 тонн
б) 86 тонн
в) 57 тонн
г) інша відповідь.

5. Загальна площа цеху — 600 м^2, тривалість роботи цеху з освітленням — 1200 год. на рік, норма освітлення — 25 Вт/м^2. Тариф на споживання електроенергії 0,96 грн за 1 кВт-год. Скільки коштуватиме підприємству річна покупка електроенергії на освітлення? Втрати електроенергії у мережі 0,01. Відповідь закруглити до цілого.

а) 18182 грн
б) 17455 грн
в) 18000 грн
г) інша відповідь.

18. ОРГАНІЗАЦІЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1. Поняття операційної діяльності підприємства.
2. Операційні ресурси в загальній структурі виробничого підприємства.
3. Операційний (виробничий) процес на підприємстві.
4. Класифікація виробничих процесів.
5. Принципи організації операційної (виробничої) діяльності.
6. Виробничий цикл і заходи щодо його скорочення.
7. Оцінка організаційного рівня виробництва.

1. Поняття операційної діяльності підприємства.

Будь-яка корисна діяльність підприємства пов'язана з переробкою чого-небудь. Наприклад, з переробкою сировини та матеріалів на фабриці, переробкою сільськогосподарської продукції у фермерських господарствах, переробкою інформації в консалтинговій компанії. Операції з переробки інформації відбуваються також і у структурних підрозділах підприємства, наприклад, у плановому відділі, службі маркетингу, відділі кадрів тощо.

Загалом такі перетворення можуть носити характер:

- фізичного (хімічного) перетворення (результат виробничого процесу);
- зміни місця розташування (результат транспортування);
- обміну (результат роздрібної торгової операції);
- складського зберігання (результат складського обслуговування);
- фізіологічного перетворення (результат медичного обслуговування);
- інформаційного перетворення (послуга телекомунікації).

Якщо застосовувати системний підхід до управління підприємством, то його виробнича діяльність може розглядатися як виробнича система (з певним входом і виходом), що виконує певні операційні функції. Кожна **операційна функція** включає в себе конкретну діяльність підприємства з виробництва товарів та послуг, призначених для реалізації споживачам. Окрема **операція** у виробничому процесі – це складова загального виробничого процесу, яка спрямована на:

- цілеспрямовані зміни фізичних або хімічних якостей предметів праці;
- збирання або роз'єднання окремих деталей або інших предметів;
- підготовку предмета праці до іншої технологічної, транспортної, контрольної операції;
- надходження інформації про стан предмета праці (планування, облік, аналіз, повідомлення про початок або завершення тієї чи іншої технологічної операції).

Отже, ***операційна діяльність*** підприємства являє собою перетворення вхідних ресурсів на виходні.

На вході операційної діяльності перебувають:

- матеріальні ресурси;
- енергетичні, інформаційні ресурси
- засоби операційної діяльності;

- персонал підприємства.

На виході операційної діяльності перебувають:

- готова продукція;
- матеріальні, енергетичні, інформаційні ресурси.

Операційна система виробничого підприємства включає повний цикл його виробничої діяльності і складається з трьох підсистем: переробка, забезпечення, планування і контроль.

Підсистема *переробки* перетворює сировину з матеріалами у кінцеву продукцію. Підсистема *забезпечення* створює умови для успішної роботи переробної підсистеми (матеріально-технічне постачання, ремонтне, транспортне обслуговування, зберігання). Підсистема *планування і контролю* отримує інформацію про стан роботи перших двох підсистем і використовує її для прийняття економічно обгрунтованих рішень.

У процесі виробництва сировина, матеріали змінюють (трансформують) свій стан і перетворюються на продукт, необхідний людині. Операційний процес здійснюється одним чи групою працівників і складається із сукупності технологічно пов'язаних між собою операцій, об'єднаних єдністю кінцевої продукції. Процес включає робочі операції, що становлять організаційно неподільні повторювані однорідні елементи цього процесу. Зовнішньою ознакою операції є *незмінність складу виконавців, предметів і знарядь праці*.

2. Операційні ресурси в загальній структурі виробничого підприємства.

Схематично модель операційної системи підприємства можна представити так (рис. 18.1).

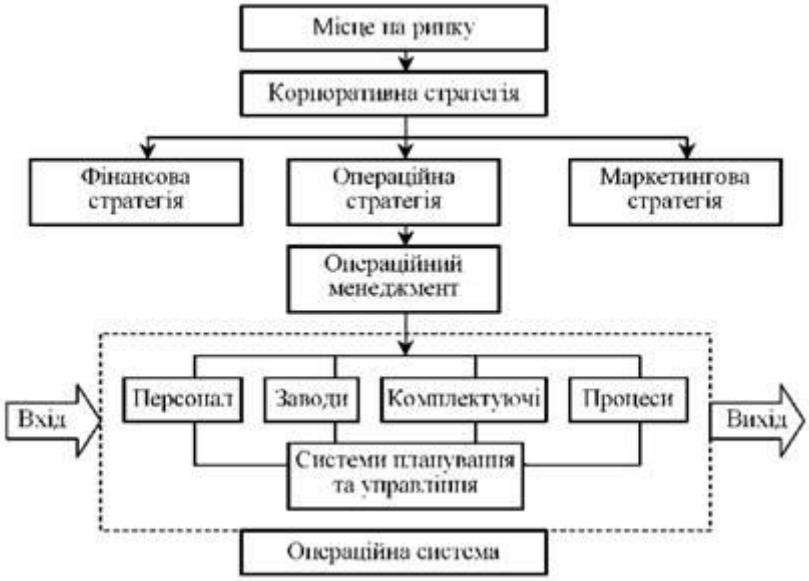


Рис. 18.1. Схема операційної системи підприємства.

Як видно з рисунка, операційні ресурси включають п'ять основних елементів, які одержали назву 5Ps операційного менеджменту (5Ps of

operational management) від наступних англійських слів: персонал (People), заводи (Plants), матеріали та комплектуючі вироби (Parts), процеси (Processes), системи планування та управління (Planning and Control Systems).

Персонал – це робоча сила, безпосередньо або опосередковано зайнята у виробництві продукції або послуг.

Заводи – це узагальнене підприємство (фабрика, завод, компанія, фірма), на якому виготовляється продукція або надаються послуги.

Матеріали і комплектуючі проходять перетворення у виробничій системі.

Процеси охоплюють устаткування і етапи виробництва продукції та послуг.

Системи планування та управління – це процедури та інформація, що використовуються менеджерами в процесі експлуатації операційної системи.

Отже, ***операційні ресурси*** – це керовані фактори виробництва, що наділені вартісними властивостями і перетворюючими можливостями, необхідними для забезпечення функціонування і розвитку виробничих процесів з метою досягнення запланованих результатів.

Щодо виміру цих ресурсів, то використовують такі поняття:

"*Вузьке місце*" – будь-який ресурс, потужність (пропускна здатність) якого менше, ніж потреба в ньому. Недостатнім ресурсом може бути верстат, малокваліфікований персонал або неспеціалізований інструмент.

"*Надлишковий ресурс*" – будь-який ресурс, потужність якого перевищує потребу в ньому, тобто такий ресурс не може працювати безперервно, оскільки в цьому випадку буде вироблений більший обсяг продукції (надано послуг), ніж потрібно.

"*Ресурс обмеженої потужності*" – ресурс, завантаження якого практично відповідає його потужності.

3. Операційний (виробничий) процес на підприємстві.

Операційний (виробничий) процес являє собою сукупність діяльності людей і засобів праці, необхідних даному підприємству для виготовлення продукції, тобто це сукупність взаємозв'язаних процесів праці, природних процесів, в результаті яких вхідні матеріали та напівфабрикати перетворюються в готову продукцію або послуги.

Важливу частину виробничого процесу становить *технологічний* процес, який забезпечує зміну форм, розмірів і властивостей оброблюваних предметів праці і складання готових виробів. Завершена частина технологічного процесу, що виконується на одному робочому місці, називається *технологічною операцією.*

Наприклад, процес виробництва на машинобудівних підприємствах має три стадії: заготівельну, обробну і складальну.

Заготівельна стадія забезпечує одержання різних заготівок: зливків, штамповок, поковок тощо.

Обробна стадія забезпечує механічну, термічну, хімічну обробку тощо.

На стадії *складання* з деталей і вузлів формують складальні одиниці та готові вироби, їх регулюють, випробовують, пакують.

4. Класифікація операційних (виробничих) процесів.

Загальну сукупність виробничих процесів, які відбуваються на підприємствах, поділяють на певні групи за такими ознаками як функціональне призначення, перебіг у часі, ступінь технічної озброєності праці.

1. ***За функціональним призначенням*** виробничі процеси поділяються на основні, допоміжні, обслуговуючі (аналогічно назвам відповідних підрозділів підприємства).

- *Основні* процеси – це технологічні процеси, під час яких із вихідних речовин (сировини, матеріалів) виготовляється кінцева товарна продукція.
- *Допоміжні* процеси – це процеси, які забезпечують безперебійний перебіг основних процесів (виготовлення і ремонт інструментів і оснащення, ремонт устаткування, забезпечення всіма видами енергії (електроенергією, теплом, парою, водою, стиснутим повітрям) тощо).
- *Обслуговуючі* процеси – це процеси, пов'язані з обслуговуванням як основних, так і допоміжних процесів і не пов'язані зі створенням продукції (зберігання, транспортування, технічний контроль тощо).

2. ***За перебігом у часі*** розрізняють виробничі процеси дискретні, безперервні.

- *Дискретні* процеси характеризуються чергуванням основних робочих і допоміжних операцій із чітким розмежуванням їх за часом реалізації. Вироблювану продукцію завжди можна поштучно полічити. Дискретні технологічні процеси характерні для машинобудування, будівництва, приладобудування та ін.
- *Безперервні* процеси властиві для виробництва такої продукції, яка не має закінченого об'єму і форми (сипучі, рідкі, газоподібні речовини), тому їх протікання не потребує технологічної циклічності. Такі процеси притаманні хімічній промисловості, металургії, виробництвам термохімічної обробки на машинобудівних та приладобудівних підприємствах.

3. ***За ступенем технічної озброєності праці*** – ручні, механізовані, автоматизовані, автоматичні.

- *Ручним* є виробничий процес, який працівник виконується вручну за допомогою найпростіших інструментів.
- *Механізованим* називають виробничий процес, який здійснюється працівником за допомогою механічних пристроїв.
- *Автоматизованим* називають виробничий процес, яким керує працівник за допомогою обчислювальної, контрольно-вимірювальної техніки.

Автоматичним називають виробничий процес, який управляється обчислювальною технікою (комп'ютером) і здійснюється автоматично, без участі працівника.

4. За характером об'єкта виробництва розрізняють прості та складні виробничі процеси.

Простий виробничий процес – це послідовність операцій, результатом яких є виготовлений виріб.

Складний виробничий процес передбачає поєднання декількох простих процесів.

5. Принципи організації операційного (виробничого) процесу.

Організація операційного (виробничого) процесу полягає у забезпеченні раціонального поєднання у просторі й часі основних, допоміжних і обслуговуючих процесів, а також людей і матеріальних елементів виробництва.

Організація виробничого процесу будується на певних ***принципах,*** яких слід дотримуватися при проектуванні. Серед них такі.

Принцип *спеціалізації* – обмеження різноманітності елементів виробничого процесу. Підвищуючи однорідність виробництва, спеціалізація спрощує його організацію.

Принцип *пропорційності* вимагає, щоб в усій взаємопов'язаній системі підрозділів підприємства була узгоджена пропускна спроможність. Пропорційність досягається тоді, коли сукупна продуктивність технологічно пов'язаних ланок виробництва пропорційна обсягу виконуваних робіт:

$$\frac{Q_1}{П_1 M_1} = \frac{Q_2}{П_1 M_2} = \cdots = \frac{Q_n}{П_n M_n}\ , \qquad (18.1)$$

де Q , $П$, M – відповідно обсяги робіт по кожному підрозділу, продуктивність одного робочого місця, кількість робочих місць у підрозділах, n – кількість технологічно зв'язаних підрозділів.

Принцип *паралельності* передбачає одночасне (паралельне) виконання окремих операцій і процесів. Він є особливо важливим, коли виготовляються вироби, що складені з великої кількості деталей. Їх послідовне виробництво зайняло б значно більше часу.

Принцип *прямоточності* означає, що предмети праці в процесі обробки повинні мати найкоротші маршрути переміщень по всіх стадіях і операціях виробничого процесу, без зустрічних рухів.

Принцип *безперервності* вимагає, щоб перерви між суміжними технологічними операціями були мінімальними, або зовсім ліквідовані.

Принцип *автоматичності* передбачає економічно обгрунтоване вивільнення людини від безпосередньої участі в виконанні робіт у важких або шкідливих умовах.

Принцип *гнучкості* – забезпечення оперативної адаптації організаційно-технічних умов виробничого процесу, пов'язаних з переходом на виготовлення іншої продукції. Гнучкість досягається універсальністю знарядь праці, засобів автоматизації, впровадженням верстатів з ЧПУ, гнучких виробничих систем тощо.

Принцип *гомеостатичності* вимагає, щоб виробнича система була здатною стабільно виконувати свої функції в межах допустимих відхилень і протистояти дисфункціональним впливам.

Ефективність виробничого процесу великою мірою залежить від величини виробничого циклу. Значний вплив має також форма його організації, яка визначається диференціацією та розміщенням процесів виробництва у просторі й часі.

Приступаючи до проектування виробничого процесу або виробничої операційної системи, слід виходити з раціонального використання викладених принципів. Рішення мають бути обґрунтовані на підставі розрахунків порівняльної економічної ефективності можливих варіантів.

6. Виробничий цикл і заходи щодо його скорочення.

Виробничий цикл – це інтервал часу від початку до закінчення процесу виготовлення продукції, тобто час, протягом якого запущені у виробництво предмети праці перетворюються у готову продукцію. Він обчислюється для одного виробу або певної їх кількості, що виготовляється одночасно.

Виробничий цикл характеризується структурою і тривалістю.

Структура виробничого циклу – це склад і співвідношення витрат часу на різні види операцій і перерви в процесі виробництва:

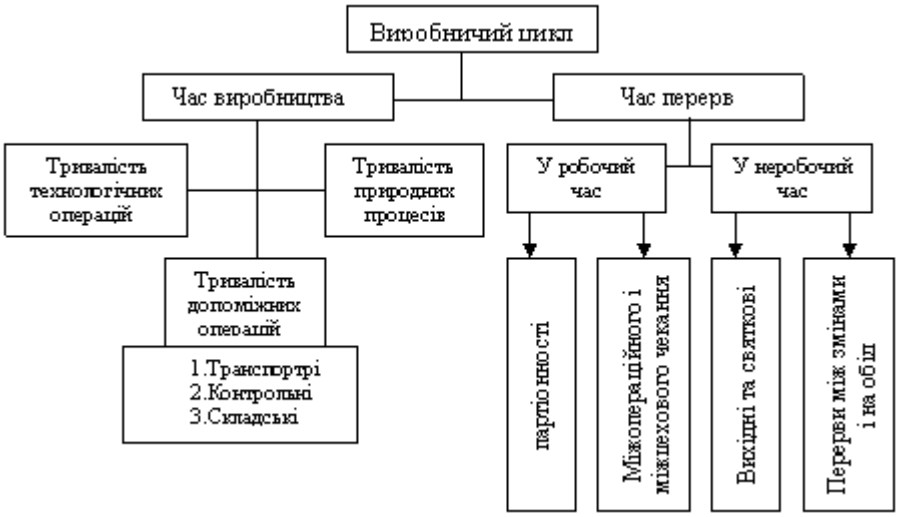


Рис. 18.2. Склад виробничого циклу.

Величина виробничого циклу залежить від рівня техніки та організацій виробництва. Тому основними шляхами скорочення його тривалості є подальше вдосконалювання конструкцій машин і механізмів, комплексна механізація та автоматизація трудових процесів, впровадження передової технології, що інтенсифікує виробничий процес, комп'ютеризація виробництва; широке впровадження прогресивних методів організації виробництва.

Максимальний ефект від впровадження передової техніки і технології виробництва може бути отриманий лише при високому рівні організації виробництва, а впровадження прогресивних методів організації виробництва – при наявності відповідної техніки.

Технологічний час і час перерв у процесі праці та час природних процесів значно скорочується в результаті вдосконалювання конструкцій, удосконалення знарядь і засобів праці, а також у результаті більш ефективних технологічних процесів.

Велике значення для скорочення тривалості виробничого циклу має технологічність конструкції – властивість, що дозволяє використати у виробництві найбільш економічні технологічні процеси.

Технічний прогрес у сполученні з *передовою організацією виробництва* – необхідна умова скорочення всіх частин виробничого циклу.

Основними ознаками, що характеризують передову організацію виробничого процесу, є: розчленовування виробничого процесу на його складові частини, одночасність роботи на всіх стадіях і безперервність усього процесу виробництва.

7. Оцінка організаційного рівня виробництва.

Для оцінки організаційного рівня виробництва розраховують такі показники:

1. Рівень кооперування виробництва. Визначається як відношення річного обсягу комплектуючих виробів до загального річного обсягу продукції.

2. Рівень спеціалізації виробництва. Даний показник є одним з найвагоміших показників організаційного рівня підприємства. Розраховується як відношення вартості річного обсягу профілюючої продукції до загального річного обсягу виробництва.

3. Коефіцієнт змінності роботи технологічного обладнання, обраховується як відношення загальної суми відпрацьованих людино-годин до числа відпрацьованих людино-годин в найдовшу зміну. Для розрахунку узагальнюючого показника використовуються дані експертних оцінок фахівців підприємства (відомість про наявність та використання робочих місць).

4. Укомплектованість штатного розпису підприємства. Характеризує ефективність використання робочого часу, його організацію, формування розпису тощо у відсотках. З його допомогою визначається відповідність необхідної та наявної кількості робочих для здійснення виробничого процесу на окремих дільницях і в цілому по підприємству.

5. Питома вага основних виробничих робітників в загальній кількості робітників.

6. Коефіцієнт плинності кадрів розраховується як відношення кількості працівників, що вибули за прогули та інші порушення трудової дисципліни, та за власним бажанням до середньої облікової чисельності працюючих. Коефіцієнт плинності кадрів розраховується працівниками відділу праці та заробітної плати.

7. Процент втрат робочого часу. Даний показник дає загальну оцінку втрат часу внаслідок проведення поточних ремонтів обладнання, порушень трудової дисципліни тощо.

8. Коефіцієнт частоти травматизму. За статистичними даними відомо, що протягом року в середньому травмується 3 чоловіки. Коефіцієнт розраховується діленням цього значення на загальну чисельність працюючих.

9. Коефіцієнт ритмічності виробничих процесів, який характеризує календарну відповідність фактично виконаної роботи встановленому плановому завданню.

Аналізуючи зазначене вище, можна виділити проблеми, які потребують першочергового розв'язання, а саме:

1. Підвищення рівня механізації та автоматизації виробництва.
2. Підвищення рівня прогресивності технологічних процесів.
3. Підвищення рівня фондоозброєності праці.
4. Зменшення непродуктивних втрат робочого часу.

Контрольні питання

1. Навести приклад перетворень, характерних для виробничого процесу.
2. На що спрямована окрема операція у виробничому процесі?
3. Яка сутність операційної діяльності підприємства?
4. З яких підсистем складається операційна система виробничого підприємства?
5. Які операційні ресурси можуть використовуватися у виробничій структурі підприємства?
6. Що означає термін "Вузьке місце" при вимірюванні операційних ресурсів?
7. Що являє собою операційний (виробничий) процес на підприємстві?
8. Перелічити принципи раціональної організації операційного (виробничого) процесу.
9. Що таке виробничий цикл та які його складові?
10. Які економічні показники застосовують для оцінки організаційного рівня виробництва?

Тести

1. Які перетворення є результатом транспортування?
   а) фізичне перетворення
   б) переміщення предмета праці в процесі обробки
   в) складське зберігання
   г) обмін.
2. Окрема операція у виробничому процесі може бути спрямована на:
   а) збирання певних вузлів
   б) підготовку предмета праці до іншої технологічної операції
   в) вирішення господарських суперечок в арбітражному суді
   г) обробку інформації про стан предмета праці.
3. Зовнішньою ознакою операції є незмінність складу ...
   а) виконавців
   б) замовників

в) предметів праці
г) знарядь праці.

4. Підсистема, яка є складовою операційної системи, що перетворює сировину з матеріалами у кінцеву продукцію, називається:
а) планування
б) контролю
в) забезпечення
г) переробки.

5. Операційні ресурси включають п'ять основних елементів, серед яких:
а) People
б) Price
в) Processes
г) Promotion.

6. Принцип організації виробничого процесу, який вимагає, щоб в усій взаємопов'язаній системі підрозділів підприємства була узгоджена пропускна спроможність, називається принципом ...
а) паралельності
б) пропорційності
в) прямоточності
г) гомеостатичності.

7. За функціональним призначенням виробничі процеси поділяються на:
а) дискретні, безперервні
б) прості, складні
в) основні, допоміжні, обслуговуючі
г) ручні, механізовані, автоматизовані, автоматичні.

8. Виробничий процес, який відбувається за допомогою автоматики без участі людини, має назву:
а) механізований
б) автоматизований
в) автоматичний
г) ручний.

9. Ознаками, що характеризують передову організацію виробничого процесу, є:
а) забезпечення одночасності роботи на всіх виробничих стадіях
б) скорочення виробничого циклу
в) підвищення фондоозброєності праці
г) підвищення фондомісткості основних засобів.

10. Показник, який характеризує календарну відповідність фактично виконаної роботи встановленому плановому завданню, називається ...
а) коефіцієнтом змінності роботи технологічного обладнання
б) процентом втрат робочого часу
в) рівнем кооперування виробництва
г) коефіцієнтом ритмічності виробничих процесів.

19. СИСТЕМА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

1. Конкуренція та напрями її дослідження.
2. Аналіз сильних і слабких сторін підприємства та його основних конкурентів.
3. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції (послуг).
4. Конкурентоспроможність підприємства.
5. Різновиди конкурентних стратегій.
6. Стратегії конкурентної поведінки підприємств на ринку.
7. Стратегія забезпечення конкурентоспроможності продукції.

1. Конкуренція та напрями її дослідження.

Конкуренція в економічному просторі – це суперництво кількох господарюючих суб'єктів у досягненні схожої мети.

Для обгрунтування вибору власної стратегії конкурентоспроможності в умовах конкурентного середовища кожне підприємство має досліджувати діяльність конкурентів і порівнювати її з власною. Одним із важливих напрямів такого дослідження є ***бенчмаркетинг*** – дослідження технології, технологічних процесів і методів організації виробництва і збуту продукції на кращих підприємствах партнерів та конкурентів з метою підвищення ефективності власної діяльності. Бенчмаркетинг покликаний вирішувати такі задачі:

- визначення кращих результатів серед партнерів і конкурентів;
- аналіз власної діяльності та виявлення її недоліків;
- розроблення заходів щодо усунення (зміцнення) слабких сторін;
- створення мотивації до постійного вдосконалення.

2. Аналіз сильних і слабких сторін підприємства та його основних конкурентів.

Збирається інформація, яка лягає в основу даних SWOT-аналізу. Основні критерії, які мають бути враховані і по яких здійснюється оцінка сильних і слабких сторін:

- монополія на певну технологію виробництва товара або надання послуг;
- рівень якості;
- можливості встановлення низьких цін;
- можливість сервісного обслуговування до і після продажу товара;
- гнучкість при виконанні спеціальних побажань клієнтів;
- широта продуктової лінії;
- швидкість та надійність постачання товару (виконання замовлення);
- кваліфікація працівників, які безпосередньо працюють із покупцями;
- можливість встановлення сталого зв'язку з постійними клієнтами.

Кожен критерій оцінюється (наприклад, за шкалою від 0 до 5 балів) як для власного бізнесу, так і для конкурентів. Оцінювання проводять найбільш кваліфіковані неупереджені працівники підприємства, а іноді й зовнішні

експерти. Важливе значення для аналізу мають також сумарні бали по кожному підприємству. Вважається, що розходження сум більш як на 20% у меншій бік порівняно з конкурентами є ознакою доволі важкого стану підприємства з точки зору його конкурентоспроможності, а якщо розходження оцінюються у більше ніж 40%, то це свідчить про катастрофічний стан підприємства. Тоді потрібно або докорінно змінювати існуючу стратегію дій, або згортати бізнес і уходити з цього ринку. На основі зібраного матеріалу формується матриця, яка являє собою сполучення:

1) сильних сторін і можливостей;
2) сильних сторін і загроз;
3) слабких сторін і можливостей;
4) слабких сторін і загроз.

Відповідно до цих сполучень підприємство має формувати набори можливих сценаріїв (стратегій) розвитку подій.

Приклад SWOT-матриці для проведення аналізу підприємства та її конкурентного середовища:

№	***Сильні сторони***	***Слабкі сторони***
1.	Висока якість продукту	Висока собівартість
2.	Високий рівень кваліфікації персоналу	Низький рівень сервісу
3.	Висока компетентність	Недостатнє фінансування
4.	Відомість торгової марки	Погана репутація фірми на ринку
5.	Високе мистецтво конкурентної боротьби	Ринкове мистецтво нижче середнього
6.	Цінова перевага	Відсутність аналізу інформації про споживачів
7.	Доступ до унікальних ресурсів	Низька зацікавленість рядових працівників у розвитку фірми
8.	Чітко сформульована стратегія	Відсутність чітко вираженої стратегії, непослідовність у її реалізації
9.	Визнаний ринковий лідер	Слабка мережа розподілення
10.	Міцний контакт зі споживачами, наявність достатнього прошарку прихильників продукції (послуг)	Втрата глибини і гнучкості управління
11.	Жорсткий графік поставок	Слабка політика просування
№	***Можливості***	***Загрози***
1.	Доступність ресурсів	Уповільнення зростання ринку
2.	Низька активність конкурентів	Зміна прихильності споживачів
3.	Зростання попиту	Поява на ринку альтернативних товарів
4.	Послаблення обмежувальних функцій законодавства	Поява на ринку нових конкурентів
5.	Стабілізація зовнішніх умов бізнесу	Поява нових законодавчих обмежень
6.	Розширення асортименту вироблюваної продукції	Зростання податкового навантаження

3. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції (послуг).

Під конкурентоспроможністю продукції розуміють сукупність якісних і вартісних характеристик товару, яка відображає його відмінності від товару-зразка і забезпечує цьому товару переваги на конкурентному ринку протягом певного періоду.

1. Одним із методів оцінки є визначення показника *інтегральної конкурентоспроможності товару*.

Тут кількісна оцінка конкурентоспроможності продукції складається з таких етапів:

- вибір найбільш успішного аналогічного товару (послуги) на ринку за зразок для порівняння і визначення ступеня конкурентоспроможності власного товару (послуги);
- визначення набору параметрів, за якими буде проведене порівняння;
- розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності власного товару (послуги) відносно зразка-конкурента.

За цим методом аналізують нормативно-виробничі, споживчі та економічні параметри досліджуваних товарів.

Для оцінки рівня *нормативно-виробничих* параметрів використовують спеціальні показники, які можуть набувати лише два значення: 1 або 0. Відповідність стандартам виготовлення дає значення 1, а невідповідність – 0. Загальний показник за нормативно-виробничими параметрами визначається як добуток окремих показників по даному параметру:

$$I_{нв} = \prod_{i=1}^{n} q_i \quad , \qquad (19.1)$$

де q_i – спеціальний показник за і-м нормативним параметром; n – кількість нормативно-виробничих параметрів, що підлягають оцінці.

Очевидно, що якби хоч один зі спеціальних параметрів дорівнював 0, то й загальний показник також був би нульовим. У такому випадку товар визначається як неконкурентоспроможний і подальші кількісні дослідження недоречні.

Споживчі параметри характеризують споживчі властивості товару (технічні характеристики, дизайн тощо), а *економічні* параметри – економічні властивості (складові ціни споживання). Цим двом групам показників присвоюють вагові значення, які в сумі складають 1 по кожній групі параметрів (при визначенні відносної ваги параметрів часто використовують метод експертних оцінок). Отже, сукупний індекс споживчих параметрів визначатиметься за формулою:

$$I_{сп} = \sum_{j=1}^{m} a_j П_j \ , \qquad (19.2)$$

де m – кількість споживчіх параметрів, що аналізуються; a_j – вага j-го параметру; $П_j$ – значення параметричного індексу j-го параметра.

Сукупний індекс економічних параметрів визначається за формулою:

$$I_e = \sum_{k=1}^{l} \gamma_k E_k \ , \qquad (19.3)$$

де l – кількість економічних параметрів, що аналізуються; γ_k – вагомість k-го параметру; E_k – значення параметричного індексу k-го параметра.

Тоді показник інтегральної конкурентоспроможності $КС_{інт}$ обчислюється за формулою:

$$КС_{інт} = I_{нв} \times \frac{I_{сп}}{I_e} \qquad (19.4)$$

Якщо показник інтегральної конкурентоспроможності товару перевищує одиницю ($КС_{інт} > 1$), то товар виробника є більш конкурентоспроможним, ніж зразок-конкурент, вибраний для порівняння, і, навпаки, якщо $КС_{інт} < 1$, то, відповідно, поступається йому.

<u>Приклад.</u> За даними таблиці оцінити відносну конкурентоспроможність комплекту зимового спецодягу індексним методом. Бальну оцінку споживчих параметрів було виконано за 40-бальною шкалою.

Параметри, одиниці виміру	***Коефіцієнти вагомості***	***Оцінка параметрів***		***Параметричний індекс (гр.3/гр.4)***
		Той, що аналізується	***Товар-зразок***	
1	**2**	**3**	**4**	**5**
Нормативно-виробничі параметри: - відповідність технології - патентна чистота	 - -	 1,0 1,0	 1,0 1,0	Сукупний індекс: $I_{нв} = \prod_{i=1}^{n} q_i$, $I_{нв}$=1,0·1,0 = 1,0 (ан.тов.) $I_{нв}$=1,0·1,0 = 1,0 (зразок)
Споживчі параметри: - дизайн - конструктивно-ергономічна х-ка - технологічна х-ка	a_j 0,3 0,5 0,2	34 14 10 10	33 15 9 9	Сукупний індекс: $I_{сп} = \sum_{j=1}^{m=3} a_j П_j =$ 0,3·0,933 + 0,5·1,111 + 0,2·1,111 = 1,058
Економічні параметри: - ціна, грн	γ_k 1,0	850	900	Сукупний індекс: $I_e = \sum_{k=1}^{l} \gamma_k E_k =$ 1,0·0,944 = 0,944
Інтегральний показник відносної конкурентоспроможності				$КС_{інт} = I_{нв} \frac{I_{сп}}{I_e} =$ 1,0·(1,058 / 0,944)=1,121

<u>Висновок:</u> оскільки $КС_{інт} > 1$, то товар, що аналізується, має певні конкурентні переваги і є більш конкурентоспроможним, ніж досліджуваний товар-зразок.

2. Сутність методів оцінки конкурентоспроможності *за сумою місць*, *бальної оцінки* та *бальної оцінки з урахуванням коефіцієнта вагомості* покажемо на конкретних прикладах.

Приклад. За методом суми місць, а також за допомогою методів бальної оцінки, бальної оцінки з урахуванням коефіцієнтів вагомості оцінити конкурентоспроможність фірми "А" порівняно з двома основними фірмами-конкурентами "Б" і "В". Вихідні дані знаходяться у таблиці:

Чинники	*Фірма "А"*	*Фірма "Б"*	*Фірма "В"*
Частка ринку, %	60	30	10
Рентабельність послуг, %	20	20	10
Середньозважена ціна послуги, грн	110	115	100
Якість послуг	середня	висока	середня
Термін виконання замовлень, днів	10	8	6
Рівень відомості послуг фірми	добре відома	відома	маловідома
Витрати на рекламу, тис.грн	12	8,4	6,5

Розв'язання.

1. Оцінка конкурентів за методом суми місць:

Чинники	*Фірма "А"*	*Фірма "Б"*	*Фірма "В"*
Частка ринку	1	2	3
Рентабельність послуг	1	1	2
Середньозважена ціна послуги	2	3	1
Якість послуг	2	1	2
Термін виконання замовлень	3	2	1
Рівень відомості послуг фірми	1	2	3
Витрати на рекламу	1	2	3
Разом:	11	13	15

За цим методом що менша загальна сума місць, то міцніше виглядає фірма у конкурентній боротьбі.

2. Оцінка конкурентів за методом бальної оцінки (за 5-бальною шкалою):

Чинники	*Фірма "А"*	*Фірма "Б"*	*Фірма "В"*
Частка ринку	5	2	1
Рентабельність послуг	5	5	3
Середньозважена ціна послуги	4	3	5
Якість послуг	4	5	4
Термін виконання замовлень	3	4	5
Рівень відомості послуг фірми	5	4	2
Витрати на рекламу	5	3	2
Разом:	31	26	22

За цим методом що більша сума набраних балів, то міцніше виглядає фірма у конкурентній боротьбі.

3. Бальна оцінка за методом бальної оцінки (за 5-бальною шкалою) з урахуванням коефіцієнта вагомості:

Чинники	**К-т вагомості**	**Фірма "А"**		**Фірма "Б"**		**Фірма "В"**	
		Бали	**Оцінка**	**Бали**	**Оцінка**	**Бали**	**Оцінка**
Частка ринку	0,20	5	1,0	2	0,4	1	0,2
Рентабельність послуг	0,20	5	1,0	5	1,0	3	0,6
Середньозважена ціна	0,15	4	0,6	3	0,45	5	0,75

послуги							
Якість послуг	0,15	4	0,6	5	0,75	4	0,6
Термін виконання замовлень	0,15	3	0,45	4	0,6	5	0,75
Рівень відомості послуг фірми	0,10	5	0,5	4	0,4	2	0,2
Витрати на рекламу	0,05	5	0,25	3	0,15	2	0,1
Разом:	1,00	31	4,4	26	3,75	22	3,2

Як бачимо, за набраними балами також лідирує підприємство "А", отже, воно має певні конкурентні переваги перед своїми конкурентами. Відносний показник конкурентних переваг підприємства "А" ($КС_ф$) визначається на основі даних останнього методу: $КС_Ф = \frac{4,4}{3,75} \approx 1,17$.

За даними закордонної практики, якщо конкурентні переваги даного підприємства перевищують переваги конкурента не більше, ніж на 30% ($1,0 \leq КС_Ф \leq 1,3$), то це означає, що підприємство має потурбуватися про вивчення існуючого досвіду роботи на даному ринку, уважно придивитися до дій найближчого конкурента. Якщо ж $1,3 \leq КС_Ф \leq 1,5$, то підприємство має достатньо стійке положення на ринку. І в разі перевищення $КС_Ф > 1,5$ підприємство працює вельми успішно, по суті контролює ринок, і основне її завдання – збереження завойованої позиції.

У даному прикладі $КС_Ф = 1,17$. Отже, робимо висновок, що переваги підприємства "А" є, але незначні, потрібно докласти багато зусиль для зміцнення своїх позицій на цьому ринку.

Отже, конкурентоспроможність продукції може вимірюватися якісно, а також кількісно, що дає можливість управляти її рівнем.

У результаті оцінки конкурентоспроможності продукції можуть бути запропоновані такі шляхи щодо її підвищення:

- зниження собівартості продукції, зміна цін на продукцію та послуги з обслуговування;
- зміна складу, асортименту, структури матеріалів, сировини, напівфабрикатів, комплектуючих виробів;
- зміна порядку проектування та конструкції продукції;
- зміна технології виготовлення продукції, методів випробувань, контролю якості, порядку реалізації продукції на ринку;
- зміна структури і розміру інвестицій у розробку, виробництво і збут продукції;
- зміна системи стимулювання постачальників та виробників;
- зміна структури зовнішньоекономічних зв'язків і видів імпортованої продукції.

4. Конкурентоспроможність підприємства.

Під конкурентоспроможністю (КС) підприємства слід розуміти як реальну, так і потенційну спроможність, а також наявні для цього можливості

підприємства вивчати ринковий попит, проектувати, виготовляти та реалізувати товари, які за своїми параметрами корисніші у розрахунку на грошову одиницю для споживачів, ніж аналогічні товари конкурентів. Конкурентоспроможність підприємства можна розглядати також, як вміння виготовляти і реалізувати швидко та дешево якісну продукцію в достатній кількості.

До кола показників, які визначають конкурентоспроможність підприємств, доцільно включати рівень конкурентоспроможності продукції (послуги), кількість основних конкурентів та частку на внутрішньому і світовому ринках, продуктивність праці персоналу, дохід на одного працівника, рентабельність та інші. Конкурентоспроможністю можна і потрібно управляти. Залежно від тієї чи іншої підсистеми управління нею виділяють відповідні показники конкурентної переваги (табл. 19.1).

Таблиця 19.1

Показники конкурентних переваг підприємства

Елементи системи забезпечення конкурентоспроможності (КС)	***Конкурентні переваги***
Організаційна підсистема забезпечення КС	Розмір підприємства. Рівень мобільності. Досвід роботи. Ефективність менеджменту. Фінансова міцність. Розмір ресурсної бази. Інформаційне забезпечення.
Функціонально-керована підсистема забезпечення КС	Імідж підприємства. Розмір і кількість цільових ринків. Перевага в інформованості. Знання споживачів. Ефективна цінова стратегія. Високий рівень сервісного обслуговування. Ефективна комунікаційна політика. Ефективна стратегія руху товарів.
Цільова підсистема забезпечення КС	Технологія. Ефективність виробництва. Якість товарів. Якість табл.175продажний175 сервісу. Мобільність виробництва. Економія на масштабах виробництва.
Керуюча підсистема забезпечення КС	Кваліфікація персоналу. Досвід практичної діяльності. Прийняття конкурентоспроможних управлінських рішень.
Підсистема забезпечення КС, що табл.175прода на взаєминах із макросередовищем, ринковою інфраструктурою	Контроль каналів збуту. Впливові контакти в галузі. Підтримка уряду. Доступ до фінансових ресурсів. Доступ до матеріально-технічних ресурсів. Міра готовності інфраструктури. Наявність маркетингових посередників.

Конкурентні переваги поділяються на внутрішні й зовнішні. До *зовнішніх конкурентних переваг* належать: якість товару, рівень цін, сервісне обслуговування, імідж підприємства, комунікація зі споживачами, високий рівень інновацій тощо. Вони містять у собі ті показники, які характеризують ринкову перевагу підприємства в задоволенні тих або інших потреб споживача. Таким чином, зовнішні конкурентні переваги відображають цінність підприємства для споживача.

До *внутрішніх конкурентних переваг* належать: технологія, ефективність виробництва, економія на масштабах виробництва, ефективність менеджменту, ефективні контакти з постачальниками матеріально-технічних ресурсів тощо.

Внутрішні конкурентні переваги охоплюють ті показники, які характеризують перевагу підприємства в цінових аспектах конкурентної боротьби.

5. Різновиди конкурентних стратегій.

1. Стратегія ***лідерства за витратами.*** Вона передбачає ретельний контроль за постійними витратами, інвестиції у виробництво, спрямована на ретельне пророблення конструкції нових товарів, знижені збутові й рекламні витрати. У центрі уваги всієї стратегії — низькі витрати порівняно з конкурентами. Використання стратегії вартісного лідерства дозволяє, з одного боку, одержувати прибуток, більший порівняно з конкурентами при рівних цінах, з іншого – забезпечувати перемогу в цінових війнах. Низькі витрати дають можливість досягати прибутку навіть тоді, коли конкуренти вже зазнали збитків.

2. Стратегія ***диференціації.*** Мета стратегії — надання товару відмінних властивостей, котрі важливі для покупців і які вигідно відрізняють товар від пропозицій конкурентів. Підприємство намагається створити ситуацію монополістичної конкуренції, у якій воно завдяки своїм відмінним особливостям має значний ринковий потенціал. Диференціація може набувати різних форм: імідж марки, визнана технологічна досконалість, зовнішній вигляд, табл.176продажний сервіс. Ця стратегія базується на створенні характерного, відмінного від інших, іміджу компанії і/або продукту, створенні так званого «brand-name». Успішна реалізація даної стратегії передбачає, з одного боку, значні вкладення в маркетинг і просування продукту, а з іншого – здійснення витрат задля досягнення високої якості, відповідного іміджу. Тим самим досягається можливість встановлення високих цін, перш за все, за рахунок лояльності покупців по відношенню до даного бренду, їх звички до того набору якостей, яким характеризується даний продукт, та їх готовності платити за це підвищену ціну.

3. Стратегія ***концентрації*** (фокусування). Стратегія концентрації передбачає зосередження уваги виробника на потребах одного ринкового сегменту або конкретної групи покупців, без намагання захопити увесь ринок. Мета полягає в тому, щоб задовольнити потреби вибраного цільового сегмента краще, ніж конкуренти. Завдання полягає в тому, щоб запропонувати товар, здатний якнайкраще задовольнити потреби такої цільової групи. Для вирішення даного завдання підприємству необхідно знати практично все про потенційного покупця, знати найменші коливання його бажань. Більш того, бажано випереджати появу бажань, формуючи специфічний попит. Компенсацією за задоволення бажань клієнта є можливість встановлювати вищі ціни. З найбільшим ефектом стратегія концентрації застосовується на ринках високотехнологічних товарів і товарів для відпочинку й розваг, а також спортивних товарів, де знавці готові платити підвищену ціну за додаткову зручність, яку приносить їм досконало спроектований продукт.

4. Стратегія ***«кидання виклику».*** Підприємство, яке не займає домінуючої позиції на ринку, може атакувати лідера, тобто кинути йому

виклик. Мета даної стратегії – зайняти місце лідера. При цьому ключовим стає вирішення двох найважливіших задач: вибір плацдарму для атаки на лідера і об'єктивна оцінка його можливостей, реакції та захисту.

5. Стратегія ***«переслідування лідера».*** Той, що переслідує лідера – це конкурент з невеликою часткою ринку, який вибирає адаптивну поведінку, узгоджуючи свої рішення з рішеннями, які прийняті компанією-лідером.

На практиці підприємство одночасно може реалізовувати декілька стратегій. Особливе це поширено в багатогалузевих компаніях. Підприємство може дотримуватися і певної послідовності в реалізації стратегій. В обох випадках кажуть, що підприємство здійснює комбіновану стратегію.

7. Стратегії конкурентної поведінки підприємств на ринку.

Стратегія конкурентної поведінки визначає активність та напрям дій по відношенню до лідера відповідного ринку. Залежно від частки ринку, що належить підприємству, виділяються чотири типи конкурентної стратегії (боротьби) (табл. 19.2).

Таблиця 19.2

Характеристика стратегій конкурентної поведінки підприємства на ринку

Ступінь домінування фірми на ринку	***Ймовірні методи конкурентної боротьби***
Лідер	Продовження атаки: мобілізація ресурсів для продовження інновацій і підсилення тиску на конкурентів. Стабілізація позицій: підтримка досягнутого рівня рентабельності, поліпшення сервісного обслуговування, збалансованість цін, збереження частки ринку. Боротьба з конкурентами: розгортання кампаній тиску на конкурентів, залучення потенційних споживачів і постачальників, дискредитація дій конкурентів, переманювання персоналу.
Сильна конкурентна позиція	Пошук незайнятої ринкової ніші зі слабкою конкуренцією. Пристосування до вибраного цільового сегменту. Імітація дій лідера. Поглинання дрібних конкурентів. Створення відмінного іміджу.
Слабка конкурентна позиція	Здешевлення послуг або їх диференціація. Збереження існуючої частки ринку і рентабельності. Реінвестиції на рівні достатнього мінімума для одержання короткострокових прибутків: вилучення ресурсів із того напряму бізнеса, який згортається, для переміщення їх у більш перспективні сектори
Аутсайдер	Радикальна реорганізація фірми: перепозиціонування бізнесу, пошук внутрішніх резервів, злиття з конкурентом, скорочення неприбуткового асортименту. Підвищення цін, якщо попит є нееластичним за ціною. Всебічне скорочення витрат; розпродаж активів, скорочення персоналу, скорочення частини послуг; вихід із бізнесу.

7. Стратегія забезпечення конкурентоспроможності продукції.

Стратегія забезпечення конкурентоспроможності продукції є елементом системи конкурентних стратегій, до складу якої також входять стратегія формування конкурентних переваг та стратегія конкурентної поведінки. Вона полягає у реалізації заходів із забезпечення товарно-ринкової, ресурсно-ринкової, технологічної, соціальної, фінансово-інвестиційної та управлінської стратегій. Тобто, стратегія забезпечення конкурентоспроможності продукції поєднує в собі комплексне управління всіма сферами діяльності підприємств.

Товарно-ринкова стратегія – це сукупність стратегічних рішень, які визначають асортимент, номенклатуру, обсяг виробництва продукції (надання послуг), а також специфіку їх реалізації та питання щодо освоєння виробництва нової продукції або відмови від випуску старої.

Ресурсно-ринкова стратегія включає вибір номенклатури, обсягу та якості сировини і напівфабрикатів, які споживаються, і поведінки підприємства у сфері закупівель.

Технологічна стратегія – передбачає вибір технології і визначає всю подальшу поведінку підприємства на будь-якому етапі життєвого циклу.

Соціальна стратегія – це сукупність рішень, що визначають вид і структуру колективу працівників підприємства, характер трудових відносин із персоналом.

Фінансово-інвестиційна стратегія підприємства – сукупність рішень, що визначають способи накопичення, залучення і витрат фінансових ресурсів.

Управлінська стратегія – сукупність рішень, що визначають характер управління підприємством під час реалізації вибраної стратегії.

Таким чином, на практиці забезпечення конкурентоспроможності передбачає розроблення дієвих заходів щодо досягнення або підвищення конкурентоспроможності різних об'єктів (менеджменту, персоналу, виробництва, продукції, підприємства в цілому тощо), які, відповідно до стратегічної мети, сприяють реалізації певного рівня конкурентоспроможності підприємств будь-якого виду діяльності і будь-якої форми власності.

Контрольні питання

1. Яка сутність бенчмаркетингу як економічного дослідження?
2. Яка мета бенчмаркетингу?
3. За якими критеріями здійснюється оцінка сильних і слабких сторін бізнесу?
4. Як використовують дані SWOT-аналізу для побудови конкурентних стратегій?
5. Дати визначення конкурентоспроможності продукції.
6. Які існують методи оцінки конкурентоспроможності продукції?
7. Якими шляхами можна підвищити конкурентоспроможність продукції?
8. Що розуміють під конкурентоспроможністю підприємства?
9. Якими є найбільш поширені різновиди конкурентних стратегій?
10. З яких елементів системи конкурентних стратегій складається стратегія

забезпечення конкурентоспроможності продукції?

Тести

1. Бенчмаркетинг – це ...
   а) створення характерного, відмінного від інших, іміджу компанії або продукту
   б) зосередження уваги виробника на потребах одного ринкового сегменту або конкретної групи покупців
   в) дослідження технології, технологічних процесів і методів організації виробництва і збуту продукції на кращих підприємствах партнерів та конкурентів
   г) контроль за постійними витратами та інвестиціями у виробництво.

2. В основу бенчмаркетингу покладено:
   а) аналіз власної роботи підприємства
   б) створення мотивації до постійного вдосконалення продукції
   в) контроль за дотриманням платіжного календаря
   г) реструктуризацію кредиторської заборгованості.

3. Основними критеріями, за якими оцінюються сильні та слабкі сторони бізнесу, є:
   а) широта номенклатури
   б) форма власності підприємства
   в) ступінь державного регулювання
   г) можливості встановлення гнучких цін.

4. До можливостей бізнесу за даними SWOT-аналізу відносять ...
   а) висока собівартість продукції
   б) міцні конкурентні позиції на ринку
   в) впевнений доступ до матеріальних ресурсів
   г) жорсткий графік поставок продукції.

5. До зовнішніх загроз бізнесу за даними SWOT-аналізу відносять ...
   а) існування "brand-name" для даного бізнесу
   б) поява на ринку альтернативних товарів
   в) зростання податкового навантаження
   г) висока собівартість продукції.

6. Дані, які використовуються для визначення показника інтегральної конкурентоспроможності товару, – це ... параметри.
   а) нормативно-виробничі
   б) економічні
   в) організаційні
   г) споживчі.

7. Шляхами підвищення конкурентоспроможності продукції є:

а) планування проведення капітальних ремонтів виробничого устаткування

б) удосконалення системи стимулювання постачальників

в) зниження собівартості продукції

г) безумовне зниження ціни на вироблювану продукцію.

8. Стратегія диференціації передбачає ...

а) зосередження уваги виробника на задоволенні потреб найвимогливішого сегменту ринка

б) надання товару відмінних властивостей, які вигідно відрізняють його від аналогічних пропозицій конкурентів

в) застосування цінової дискримінації

г) вихід на нові ринки збуту для свого товару.

9. Конкурентні переваги організаційної підсистеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства стосуються ...

а) розмір і доступність ресурсної бази

б) контролю каналів збуту продукції

в) ефективності менеджменту

г) іміджу підприємства.

10. Стратегія підприємства, яка включає вибір номенклатури, обсягу та якості сировини і матеріалів, а також його поведінки у сфері закупівель має назву ...

а) товарно-ринкова

б) технологічна

в) ресурсно-ринкова

г) фінансово-інвестиційна.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4. РЕЗУЛЬТАТИ І ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА

20. ВИТРАТИ ПІДПРИЄМСТВА І ЦІНИ НА ЙОГО ПРОДУКЦІЮ

1. Поняття витрат та їх класифікація.
2. Собівартість продукції (робіт, послуг).
3. Кошторис витрат на виробництво.
4. Калькулювання собівартості продукції.
5. Методи калькулювання.
6. Показники витратності виробництва.
7. Резерви зниження витрат на підприємстві.
8. Ціни на продукцію (роботи, послуги) підприємства.
9. Прямі та непрямі податки.
10. Методи ціноутворення на підприємстві.

1. Поняття витрат та їх класифікація.

Для здійснення господарської діяльності підприємство постійно використовує матеріальні, трудові, фінансові, природні, інформаційні та інші види ресурсів, які у вартісному вираженні представлені економічною категорією "витрати". Відповідно до п.6 П(С)БО 16 "**витратами** звітного періоду визнаються або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства за умови, що вони можуть бути достовірно оцінені". Об'єктом прикладання витрат є продукція, роботи, послуги, які потребують витрачання коштів на їх виробництво (виконання).

Для цілей планування, обліку та аналізу виокремлюють різні види витрат. Існує достатньо розгалужена їх класифікація (табл. 20.1).

Таблиця 20.1

Класифікація витрат підприємства

За економічною роллю в процесі виробництва	**За ступенем однорідності**	**За способом включення у собівартість продукції**	**За функціональним призначенням**	**За зв′язком із обсягом виробництва**	**За ефективністю**
▪ основні ▪ накладні	▪ елементні ▪ комплексні	▪ прямі ▪ непрямі	▪ виробничі ▪ комерційні	▪ постійні ▪ змінні: - пропорційні - непропорційні	▪ продуктивні ▪ непродуктивні

Основними називаються витрати, що безпосередньо пов′язані з технологічним процесом виробництва. Наприклад, витрати на сировину, основні та допоміжні матеріали.

Накладні витрати з′являються у зв′язку з організацією, обслуговуванням виробництва та управлінням ним. Сюди відносять загальновиробничі та загальногосподарські витрати.

Елементні витрати однорідні за складом, мають єдиний економічний зміст і є первинними. Наприклад, матеріальні витрати, оплата праці, відрахування на соціальні потреби, амортизаційні відрахування.

Комплексні витрати різнорідні за складом, охоплюють декілька елементних витрат. Наприклад, витрати на утримання та експлуатацію устаткування, загальновиробничі, загальногосподарські витрати, втрати від браку тощо.

Прямі витрати безпосередньо пов′язані з виготовленням певного виду продукції і можуть бути точно обчислені на її одиницю.

Непрямі витрати не можна безпосередньо обчислити на окремі види продукції, бо вони пов′язані з виготовленням різних виробів. Наприклад, заробітна плата обслуговуючого персоналу, управлінського персоналу, утримання та експлуатація будівель, приміщень, споруд, машин тощо. Ввідси висновок: зростання частки прямих витрат у загальній їх сумі підвищує точність обчислення собівартості одиниці продукції і навпаки.

Виробничими є витрати, які безпосередньо пов′язані з технологічним процесом виготовлення продукції.

Комерційними вважаються витрати на збут виготовленої продукції.

Постійні витрати є функцією часу, а не обсягу вироблюваної продукції, тобто їх величина не залежить від обсягу випущеної продукції (в певних межах). Наприклад, витрати на експлуатацію будівель, приміщень, споруд, організацію виробництва, управління.

Змінні витрати – це такі, загальна величина яких за певний період часу залежить від обсягу вироблюваної продукції. Змінні витрати, у свою чергу, поділяються на пропорційні та непропорційні.

Пропорційні витрати змінюються прямо пропорційно обсягу виробництва. Для них коефіцієнт пропорційності $k = 1$. Наприклад, витрати на сировину, основні матеріали, комплектуючі, відрядну заробітну плату робітників тощо.

Непропорційні витрати, у свою чергу, поділяються на прогресуючі та дегресуючі. *Прогресуючі* витрати зростають більшою мірою, ніж обсяг виробництва, для них $k > 1$. Наприклад, витрати на відрядно-прогресивну оплату праці, додаткові рекламні та торгові витрати. Дегресуючі витрати, навпаки, зростають в меншій мірі ніж обсяг виробництва, для них $k < 1$. Наприклад, витрати на експлуатацію машин і устаткування, його ремонт, забезпечення інструментом тощо.

Продуктивними вважаються витрати на виробництво продукції встановленої якості з застосуванням раціональної технології та організації виробництва. Вони завжди плануються і здійснюються.

Непродуктивні витрати є наслідком недоліків у технології та організації виробництва. Наприклад, втрати від рекламації, брак у виробництві продукції тощо. Якщо продуктивні витрати плануються, то непродуктивні можуть з′явитися тільки в обліковій звітності.

2. Собівартість продукції (робіт, послуг).

Витрати підприємства можна поділити на три групи:

- витрати на виробництво й реалізацію продукції;
- витрати на розширення виробництва;
- витрати на розвиток невиробничої сфери.

Сукупність витрат першої групи утворює *собівартість* продукції та відображає витрати простого відтворення, тобто витрати поточного характеру. Тоді собівартість можна визначити таким чином:

Собівартість *продукції являє собою виражені в грошовій формі поточні витрати підприємства на підготовку, виробництво і реалізацію продукції.*

Як економічна категорія собівартість виконує ряд важливих ***функцій***:

- є засобом обліку та контролю всіх витрат, пов'язаних з виробництвом та реалізацією продукції;
- є базою для формування оптової ціни на продукцію підприємства, визначення прибутку і рентабельності;
- є підставою для економічного обгрунтування та прийняття господарських рішень (наприклад, обгрунтування доцільності капіталовкладень на реконструкцію, технічне переозброєння діючого підприємства).

Собівартість – не тільки важлива економічна категорія, але й якісний показник, оскільки вона характеризує рівень використання всіх ресурсів, що знаходяться в розпорядженні підприємства. Чим краще працює підприємство, інтенсивніше використовує виробничі ресурси, вдосконалює техніку, технологію і організацію виробництва, тим нижчою є собівартість його продукції. Тому зниження собівартості – одна з умов підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства.

При обчисленні собівартості важливе значення має визначення складу витрат, які в неї включаються. Через собівартість відшкодовуються витрати підприємства, що забезпечують просте відтворення усіх факторів виробництва: предметів і засобів праці, робочої сили, природних ресурсів. Відповідно до цього до собівартості включаються витрати на:

- дослідження ринку і виявлення потреби в продукції;
- підготовку та освоєння нової продукції;
- виробництво, включаючи витрати на сировину, матеріали, енергію, амортизацію основних фондів, оплату праці персоналу;
- обслуговування виробничого процесу та управління ним;
- збут продукції;
- розвідку, використання й охорону природних ресурсів;
- набір і підготовку кадрів.

Під ***структурою*** собівартості розуміють її склад за елементами або статтями та їх частка у повній собівартості. Структура собівартості є показник динамічний, на неї впливають такі чинники:

1. Специфіка (особливості) виробництва. Виходячи з цього розрізняють виробництва: трудомісткі (з великою часткою заробітної плати в собівартості

продукції); матеріаломісткі (зі значною часткою матеріальних витрат); фондомісткі (з великою часткою амортизації); енергомісткі (велика частка палива і енергії у собівартості).

2. Прискорення науково-технічного прогресу. Під впливом цього чинника частка живої праці зменшується, а частка уречевленої праці в собівартості продукції збільшується.

3. Рівень концентрації, спеціалізації, кооперування, комбінування та диверсифікації виробництва.

4. Місце розташування підприємства.

5. Інфляція та зміна процентної ставки банківського кредиту.

3. Кошторис витрат на виробництво.

Великий практичний інтерес становить групування витрат на виробництво *за економічними елементами*, оскільки на його основі складається **кошторис витрат** на виробництво. Таке групування дозволяє:

- визначити загальну потребу підприємства у витратах живої та уречевленої праці на виробництво запланованого обсягу продукції;
- упорядочити всі витрати за економічним змістом;
- встановити частку кожного елемента у загальних витратах на виробництво.

Кошторис витрат на виробництво – документ, який відображає всі витрати підприємства, пов′язані з його основною діяльністю за певний період, незалежно від того, відносяться вони на собівартість в цьому періоді, чи ні.

Власне кошторис витрат на виробництво складається з наступних пунктів 1÷6, а далі шляхом його коригування обчислюється собівартість продукції (перший спосіб):

1. Матеріальні витрати.

У свою чергу матеріальні витрати складаються з витрат на:

- сировину й основні матеріали;
- комплектуючі;
- покупні напівфабрикати;
- виробничі послуги сторонніх підприємств, необхідні для виготовлення продукції;
- допоміжні матеріали, що використовуються в технологічному процесі,

або для його обслуговування;

- пошук і використання природної сировини (відрахування на геологорозвідувальні роботи, рекультивація землі, плата за деревину тощо).

2. Заробітна плата.

Включає всі форми оплати праці штатного і позаштатного персоналу підприємства (заробітна плата за окладами і тарифами, премії та заохочення, компенсаційні виплати, оплата відпусток та іншого невідпрацьованого часу, інші витрати на оплату праці).

3. Єдиний соціальний внесок.

Являє собою сукупність відрахувань на: пенсійне забезпечення, соціальне страхування, страхові внески на випадок безробіття, втрати працездатності, індивідуальне страхування персоналу підприємства тощо.

4. Амортизація.

Складається з амортизаційних відрахувань за встановленими нормами від балансової вартості основних фондів, а також амортизації нематеріальних активів.

5. Інші витрати.

Включаються ті з них, які за змістом не можна було віднести до вищезгаданих (оплата послуг зв′язку, обчислювальних центрів, охорони, витрати на відрядження, страхування майна, винагороди за винаходи й раціоналізаторські пропозиції, оплата робіт із сертифікації продукції тощо).

6. Витрати на виробництво – разом.

Знаходиться сума попередніх п′яти пунктів: п.6 = п.1 + п.2 + п.3 + п.4 + п.5.

7. Витрати, що не включаються у собівартість.

8. Зміна залишків витрат майбутніх періодів.

Віднімається приріст, додається зменшення залишків витрат майбутніх періодів.

9. Зміна залишків резерву майбутніх платежів.

Додається приріст, віднімається зменшення залишків майбутніх платежів (відпускних, винагороди за стаж роботи, за підготовчі роботи в сезонних виробництвах тощо).

10. Собівартість валової продукції.

п.10 = п.6 - п.7 ± п.8 ± п.9

11. Зміна залишків незавершеного виробництва.

Приріст віднімається, зменшення додається.

12. Виробнича собівартість продукції.

п.12 = п.10 ± п.11

13. Позавиробничі (комерційні) витрати.

Входять витрати на транспортування та збут готової продукції підприємства.

14. Повна собівартість продукції.

п.14 = п.12 + п.13.

Існують й інші способи визначення собівартості продукції. Наприклад, обчислення її шляхом знаходження сум попередньо визначених собівартостей окремих видів продукції:

$$S = \sum_{i=1}^{n} S_i \times V_i \ , \qquad (20.1)$$

де S – собівартість продукції; n – кількість найменувань продукції; S_i – собівартість одиниці i-ої продукції; V_i – обсяг виробництва i-ої продукції в натуральному вимірі.

4. Калькулювання собівартості продукції.

Якщо групування витрат за економічними елементами дає змогу розробити кошторис витрат на виробництво і на його підставі визначити основні види собівартості продукції (валову, товарну, реалізовану), то групування витрат за калькуляційними статтями дає змогу обчислити собівартість окремого виду продукції. Процес обчислення собівартості одиниці продукції окремого виду продукції називається **калькулюванням.**

Групування витрат за калькуляційними статтями відображає склад витрат залежно від їх спрямування (на виробництво чи обслуговування) або місця виникнення (основне виробництво чи допоміжні роботи). Калькулювання потрібне для вирішення таких економічних завдань: обгрунтовання ціни на кожний вид продукції, обчислення його рентабельності, економічний аналіз витрат.

На підприємствах складають планові та фактичні калькуляції. Перші обчислюють за плановими нормами витрат, а другі – за їх фактичним рівнем. Незалежно від конкретних особливостей виробництва процес калькулювання починається з розв′язання таких методичних завдань:

- визначення об′єкта калькулювання;
- вибір калькуляційних одиниць;
- визначення складу калькуляційних статей витрат;
- вибір методів їх обчислення.

Об′єктами калькулювання на підприємстві можуть бути: основна й допоміжна вироблювана продукція (інструмент, запчастини тощо), послуги та роботи (ремонт, транспортування, електро- і теплопостачання тощо). Основний об′єкт калькулювання – це готові вироби, що постачаються на ринок (товарна продукція).

Калькуляційні одиниці – це будь-які натуральні вимірники обсягу випуску продукції (робіт, послуг). Наприклад, для калькулювання собівартості послуги з теплопостачання використовують одиницю виміру кілокалорія або джоуль; для транспортної послуги – км пробігу автомобіля тощо.

Статті калькуляції – це назви місця походження певних витрат. На кожний вид продукції (послуг), що виробляється підприємством, складається окрема калькуляція.

Перелік статей витрат, ***методи їх обчислення*** за видами продукції визначаються галузевими інструкціями. Типова калькуляція, що використовується на машинобудівних, металообробних, добувних, хімічних підприємствах має такий вигляд:

1. Сировина і матеріали.
2. Енергія на технологічні цілі.
3. Основна заробітна плата виробників.
4. Додаткова заробітна плата виробників.
5. Єдиний соціальний внесок.
6. Утримання і експлуатація устаткування.
7. Загально-виробничі витрати.

8. Підготовка та освоєння виробництва.
9. Виробнича собівартість.
10. Адміністративні витрати
11. Позавиробничі (комерційні) витрати.
12. Повна собівартість продукції.

Виробнича собівартість певного виду продукції охоплює витрати на виробництво продукції в межах усього підприємства, тобто всі витрати в межах цеху, а також накладні витрати. Згідно Положенню (стандарту) бухгалтерського обліку 16 "Витрати" до виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) включаються:

- ***прямі матеріальні витрати*** (вартість сировини та основних матеріалів, купівельних напівфабрикатів та комплектуючих виробів, допоміжних та інших матеріалів, які можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного об′єкта витрат);
- ***прямі витрати на оплату праці*** (заробітна плата та інші виплати робітникам, зайнятим у виробництві продукції, виконанні робіт або наданні послуг, які можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного об′єкта витрат);
- ***інші прямі витрати*** (всі інші витрати, які можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного об′єкта витрат, зокрема відрахування на соціальні заходи, плата за оренду земельних і майнових паїв амортизація тощо);
- ***загальновиробничі витрати*** (витрати на управління виробництвом, амортизація основних засобів та нематеріальних активів загальновиробничого призначення, витрати на утримання, експлуатацію та ремонт, операційну оренду основних засобів, витрати на опалення, освітлення, водопостачання, каналізацію та інше утримання виробничих приміщень, витрати на оплату праці загальновиробничого персоналу, витрати на здійснення технологічного контролю за виробничими процесами та якістю продукції, витрати на охорону праці, техніку безпеки і охорону навколишнього середовища, внутрішньозаводське переміщення матеріалів, деталей, напівфабрикатів, інструментів тощо);
- ***загальногосподарські витрати*** (пов'язані з обслуговуванням об'єктів загальногосподарського призначення: амортизація основних фондів, утримання і поточний ремонт будівель та споруд (їдалень, складів тощо), утримання експериментальних цехів (хімічної, екологічної лабораторій, метрологічної служби, інформаційно-обчислювального центру, відділа технічного контролю тощо), охорона праці (витрати з техніки безпеки, виробничої санітарії, утримання санітарних машин тощо), підготовка кадрів (витрати на виробниче навчання і оплату навчальних відпусток), інші загальногосподарські витрати (утримання чергувальних машин, атестація робочих місць, плата за землю, охорона довкілля, податок з власників транспортних засобів, комунальний податок тощо).

Повна собівартість певного виду продукції включає**:**

• ***виробничу собівартість;***

• ***адміністративні витрати*** - загальногосподарські витрати, спрямовані на обслуговування та управління підприємством: корпоративні, представницькі витрати, витрати на службові відрядження і утримання апарату управління підприємством та іншого загальногосподарського персоналу, витрати на утримання основних засобів, інших необоротних активів загальногосподарського використання (операційна оренда, страхування майна, амортизація, ремонт опалення, освітлення, водопостачання, водовідведення, охорона), винагороди за професійні послуги (поштові, телеграфні, телефонні, факс тощо), витрати на врегулювання спорів у судових органах, податки, збори та інші обов′язкові платежі, плата за розрахунково-касове обслуговування та інші послуги банків тощо;

• ***позавиробничі витрати*** (витрати на збут продукції) - витрати пакувальних матеріалів для затарювання готової продукції на складах підприємства, витрати на ремонт тари, оплата праці та комісійні винагороди продавцям, торговим агентам, що забезпечують збут, витрати на рекламу та дослідження ринку, витрати на передпродажну підготовку товарів, витрати на відрядження працівників, зайнятих збутом, витрати на утримання основних засобів, пов′язаних зі збутом продукції, товарів, робіт, витрати на транспортування та страхування готової продукції, транспортно-експедиційні та інші послуги, пов′язані з транспортуванням продукції відповідно до умов поставки, витрати на гарантійний ремонт і гарантійне обслуговування тощо.

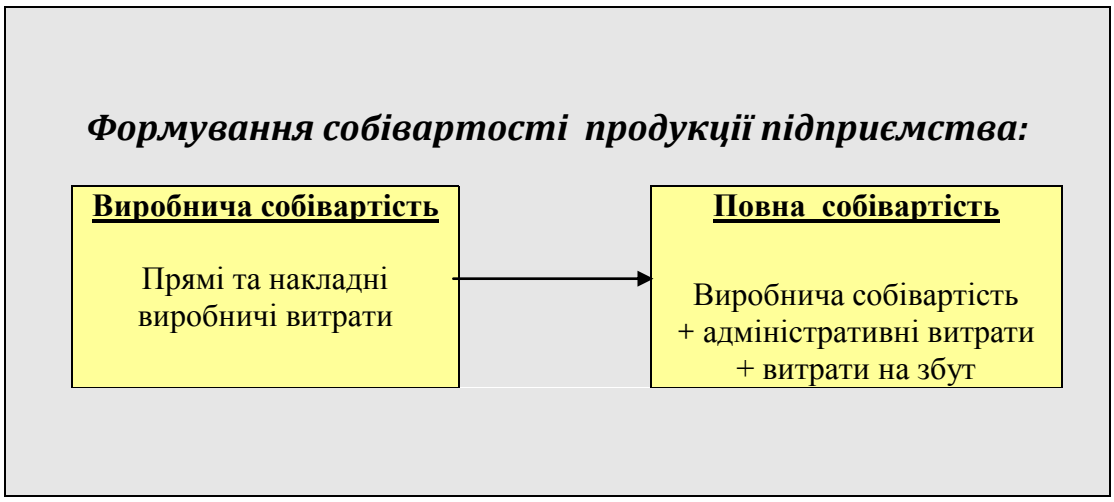


Рис. 20.1. Схема формування повної собівартості продукції підприємства.

5. Методи калькулювання.

Як відомо, собівартість включає як прямі, так і непрямі витрати. Оцінка прямих витрат не викликає проблем, проте з непрямими витратами все не так просто. Вони мають бути розподілені за видами продукції за допомогою певного алгоритму, який зазначається в обліковій інструкції і носить умовний характер, що призводить до неточностей в обчисленні собівартості. Найбільш складною стадією калькулювання виявилося розподілення накладних витрат, що припадають на кожну одиницю вироблюваної продукції.

При великій варіації видів продукції на підприємстві відбувалася систематична переоцінка видів продукції з високим рівнем виробничих витрат і недооцінка продуктів з низьким рівнем виробничих витрат. У такій ситуації виникла необхідність у застосуванні більш точного методу, яким виявився метод пооопераційного обліку, АВС-метод**.**

АВС-метод являє собою двостадійний процес розподілу витрат. На *першій* стадії накладні витрати співвідносяться з визначеними базовими показниками (часом роботи технологічного устаткування, кількістю операцій контролю якості тощо). На *другій* стадії витрати обчислюються за кожним видом виробничої діяльності відповідно до конкретних технологічних операцій (переналагодження устаткування, контроль якості, споживання електроенергії тощо). Процедура АВС-методу включає чотири етапи:

- аналіз бізнес-процесу виробництва;
- визначення операційних центрів (частин виробничого процесу, для яких складається звітність за витратами);
- відстеження витрат за операційними центрами;
- вибір носіїв витрат (технологічних операцій).

Метод калькулювання "**директ-костинг**" базується на поділі всіх витрат на постійні та змінні. Змінні витрати безпосередньо відносяться на той чи інший вид продукції, а постійні відразу відносять на фінансовий результат. У цьому методі пропонується відокремлювати непрямі накладні витрати від звичайних виробничих витрат з метою отримання місячного звіту про прибутки і збитки, який буде відображувати залежність величини прибутка від зміни обсягу реалізованої продукції. Виробнича собівартість виготовленої і реалізованої продукції обчислюється тільки з урахуванням змінних виробничих витрат, які залежать від техніко-технологічного процеса і організації виробництва. За змінними витратами оцінюють також залишки готової продукції на складі на початок і кінець звітного періода, а також незавершене виробництво. Постійні ж витрати не включаєть до собівартості виробів, а накопичують на окремому рахунку і після закінчення звітного періода, без розподілення по видах продукції списуються на зменшення прибутку протягом того періода, у якому вони мали місце. Складність розробки даного методу полягає в тому, що витрати, які є змінними в одному випадку, в іншому можуть бути постійними. Отже поділ витрат на постійні та змінні має базуватися на деяких припущеннях, зазначених в обліковій політиці підприємства, і які потрібно враховувати для запобігання помилкового використання результатів обчислень.

Метод "**стандарт-костинг**" – система обліку витрат і калькулювання собівартості з використанням нормативних витрат. Основна ідея цього методу – у передбаченні витрат. Вважається, що у виробництві існує доволі суттєва визначеність у таких питаннях як стан напівфабриката при його русі по технологічному потоку, структура незавершеного виробництва, робота заготівельних підрозділів, стан виробничих заділів. Отже в будь-який момент часу можна досить точно оцінити поточні витрати під час виконання

виробничої програми, незалежно від ступеня готовності продукції. Вся увага операційних менеджерів зосереджується на відхиленнях від виробничого завдання у графіках, кількісних і вартісних показниках. Система "стандарт-костинг" передбачає встановлення цільових показників по витратах і змушує підкорити усю діяльність досягненню цих цілей.

Для визначення собівартості окремих видів продукції застосовуються й інші методи калькулювання, такі як нормативний, попередільний, позамовний тощо.

Нормативний метод базується на своєчасному виявленні відхилень від норм, обліку зміни норм. Найбільш вживаний у масовому та серійному виробництвах різноманітної складної продукції. При цьому фактична калькуляція визначається додаванням до нормативної (або відніманням від неї) виявлених у звітному періоді відхилень.

Попередільний метод калькулювання застосовується на підприємствах з однорідною за походженням матеріалу та характером обробки масової продукції. Цей метод найбільш вживаний у виробництвах, де відбуваються фізико-хімічні, термічні процеси. Сировина перетворюється в готову продукцію в умовах безперервного виробництва, яке складається з ряда послідовних технологічних процесів (фаз, стадій). При цьому методі витрати враховуються в кожному цеху (переділі), включаючи, як правило, собівартість напівфабрикатів, виготовлених у попередньому цеху. Таким чином, собівартість кожного наступного переділа складається з власних витрат та собівартості отриманих напівфабрикатів.

Позамовний метод обчислення витрат на виробництво і калькулювання собівартості продукції застосовується найчастіше в одиничному та дрібносерійному виробництві. Об′єктом калькулювання є окреме замовлення.

В процесі калькулювання прямі витрати обчислюються безпосередньо на калькуляційну одиницю згідно з чинними нормами й цінами. На непрямі витрати спочатку складають кошторис на певний період, після чого витрати розподіляють між різними виробами пропорціонально певним показникам.

6. Показники витратності виробництва.

Основними показниками витратності виробництва є такі.

1. *Потреба у матеріальних ресурсах на одиницю вироблюваної продукції.*

Обчислюється за формулою: $потреба_i = \sum_{i=1}^{n} H_i \times Ц_i$, (20.2)

де H_i – норма витрат і-го матеріального ресурсу; $Ц_i$ – ціна придбання і-го матеріального ресурсу.

2. *Загальні витрати матеріальних ресурсів на увесь випуск продукції:*

$$Потреба = \sum_{m} потреба_m \times \mathrm{V_m} , \quad (20.3)$$

де $\mathrm{V_m}$ – загальний випуск продукції *m*-го виду.

3. *Матеріаломісткість виробництва* – характеризує частку матеріальних витрат (*Потреба*) у загальному обсязі витрат на виробництво:

$$M = \frac{Потреба}{Собівартість_випуску_продукції} \qquad (20.4)$$

4. *Енергомісткість виробництва* – характеризує частку витрат на енергоресурси у загальному обсязі витрат на виробництво:

$$E = \frac{Витрати_на_енергоресурси}{Собівартість_випуску_продукції} \qquad (20.5)$$

5. *Трудомісткість виробництва* – характеризує характеризує частку витрат на оплату праці промислово-виробничого персонала в загальному обсязі витрат на виробництво:

$$T = \frac{Витрати_на_оплату_праці}{Собівартість_випуску_продукції} \qquad (20.6)$$

6. *Витрати на 1 грн товарної продукції*: $S_{1_г_грн_} = \frac{S_{ТП}}{Q_{ТП}}$, (20.7)

де $S_{ТП}$ – собівартість товарної продукції; $Q_{ТП}$ – обсяг товарної продукції підприємства.

Окрім зазначених, до показників витратності виробництва відносять також собівартість товарної, валової, реалізованої та чистої продукції.

7. Резерви зниження витрат на підприємстві.

Резерви скорочення витрат визначають за кожною статтею витрат за рахунок конкретних інноваційних заходів (упровадження нової, прогресивнішої техніки і технології виробництва, поліпшення організації праці тощо), що будуть сприяти економії заробітної плати, сировини, матеріалів, енергії і т. д.

Економія витрат з оплати праці стає можливою внаслідок упровадження організаційно-технічних заходів, які дозволяють краще організувати працю персоналу підприємства.

Резерв зниження матеріальних витрат на виробництво запланованої кількості продукції може з'явитися за рахунок оптимізації цін на матеріальні ресурси; упровадження нових технологій, які дозволять економно витрачати матеріальні ресурси, скоротити кількість бракованих виробів, використовувати матеріали-замінники тощо.

Резерв скорочення витрат на утримання основних засобів вбачається у вчасній їх реалізації шляхом передачі в довгострокову оренду або списання непотрібних, зайвих, невикористовуваних будівель, машин, обладнання, зменшення втрат від простоїв техніки, а також дбайливого ставлення до наявного техніко-технологічного парку: вчасне проведення профілактичних ремонтів, підвищення кваліфікації обслуговуючого персоналу.

Резерви економії накладних витрат виявляють на основі факторного аналізу їх за кожною статтею накладних витрат: за рахунок розумного скорочення апарату управління, поміркованого рівня його заробітної плати, ощадливого використання коштів на відрядження, на поштово-телеграфні і канцелярські потреби, на зменшення втрат від псування матеріалів і готової продукції тощо.

До резервів економії виробничих витрат відносять: зниження матеріаломісткості, фондомісткості, трудомісткості, енергомісткості виробництва; заміна дефіцитних, імпортних матеріалів, комплектуючих виробів вітчизняними аналогами; ліквідація "вузьких місць" у виробництві; зниження експлуатаційних і транспортних витрат; підвищення екологічності виробництва.

8. Ціни на продукцію (послуги, роботи) підприємства.

Ціна – це грошовий вираз вартості товара, або сума грошей, за яку покупець згоден товар купити, а виробник – продати. В умовах ринкової економіки ціна є одним з найважливіших показників, що суттєво впливає на фінансовий стан підприємства. Від рівня цін залежать:

- розмір прибутку підприємства;
- конкурентоспроможність підприємства та його продукції;
- фінансова міцність підприємства.

Ціни, що діють в ринковій економіці, класифікують за такими ознаками.

1. За сферою застосування ціни поділяються на:

- *світові* ціни – це грошовий вираз міжнародної вартості товарів, що продаються на світовому ринку; визначаються для одних товарів – рівнем цін країни-експортера, для інших – цінами бірж та аукціонів, а для багатьох готових виробів – цінами провідних фірм світу;
- *оптові* ціни на продукцію промисловості, за якими підприємства реалізують вироблену продукцію;
- *закупівельні* ціни, за якими виробники сільськогосподарської продукції реалізують її з метою подальшої переробки;
- *кошторисні* ціни та розцінки, за якими визначається розрахункова вартість нового будівництва, вартість реконструкції, розширення та переоснащення будівель і споруд;
- *роздрібні* ціни, за яким торгові організації реалізують продукцію населенню, підприємствам, організаціям;
- *тарифи* вантажного і пасажирського транспорту;
- *тарифи* платних послуг населенню.

2. За ступенем регулювання виокремлюють ціни:

- *вільні*, які установлюються виробниками продукції та послуг на підставі існуючого попиту і пропозиції; при цьому продавець та покупець не мають жодних зобов′язаннь один перед одним, ані до купівлі-продажу, ані після цього.
- *договірно-контрактні*, які встановлюються зі згоди сторін, що домовляються; при цьому продавець і покупець приймають на себе певні зобов′язання;
- *регульовані*, тобто такі, які встановлюються під контролем держави. Пряме регулювання відбувається шляхом встановлення фіксованих цін, надбавок, граничних цін, граничного рівня рентабельності тощо. Непряме регулювання цін передбачає вплив на ціни через зміну податків та процентних ставок.

3. За охопленням території, на якій діють, виокремлюють :

- *єдині* ціни;
- *регіональні (зональні)* ціни.

Єдині ціни встановлюються та регулюються органами державної влади. Такі ціни встановлюються на: газ природний; продукцію ядерно-паливного циклу; продукцію оборонного виробництва; дорогоцінні метали; державні перевезення вантажів, вантажно-розвантажувальні роботи на міжміському транспорті; міжміські перевезення пасажирів, багажу, пошти залізничним або авіатранспортом тощо.

Регіональні ціни встановлюють місцеві органи влади. Це може стосуватися тарифів міського та приміського транспортного перевезення, цін на хлібо-булочні вироби, паливо-мастильні матеріали тощо.

4. За часом дії ціни поділяються на:

- *тверді* (постійні), котрі не змінюються протягом усього строка дії контракту;
- *поточні*, які змінюються в межах одного контракту і відображають зміни ситуацій на ринку;
- *сезонні,* що діють в межах певного періоду часу;
- *ковзаючі*, що встановлюються на вироби з тривалим циклом виготовлення; вони дозволяють врахувати зміни виробничих витрат за час їхнього виготовлення.

Оптова ціна підприємства часто буває залежною від способу включення транспортних витрат у ціну і може набувати різноманітних форм. Формування ціни за таких обставин називається франкуванням. Залежно від того, яка частина транспортних витрат включається до ціни товару, виокремлюють, наприклад,

- ціну "франко-склад постачальника";
- ціну "франко-станція відправлення";
- ціну "франко-склад споживача" тощо.

Система франкування цін показує, до якого пункту в маршруті просування товару від продавця до покупця продавець сплачує транспортні витрати; вони відповідно включаються в ціну товару. Ціна "франко-склад постачальника" означає, що всі витрати, пов′язані з доставкою продукції бере на себе покупець. У випадку ціни "франко-станція відправлення" продавець бере на себе витрати з транспортування продукції на станцію відправлення. Ціна "франко-склад споживача" означає, що всі витрати з транспортування товарної продукції бере на себе постачальник.

Основу ***структури ціни*** на продукцію (послугу, роботу) складає її собівартість і прибуток. Собівартість, як відомо, характеризує витрати підприємства на виготовлення і реалізацію продукції (послуг, робіт). Кожне підприємство намагається повністю компенсувати втрати, що пов′язані з виробництвом і збутом, і отримати якомога більшу суму прибутку. Прибуток підприємства повинен забезпечувати його подальший розвиток.

9. Прямі та непрямі податки.

Чільне місце в структурі ціни належить також податкам. Акцизи, мито і податок на додану вартість (ПДВ) є *непрямими* податками, які оплачуються кінцевими споживачами.

Податок на додану вартість (ПДВ) є непрямим податком, який включається у ціну товару, являє собою частину приросту вартості, що утворюється на всіх стадіях виробництва, надання послуг або після митного оформлення, і вноситься до Державного бюджету. Станом на 01.01.13 ставка ПДВ становить 20%.

Податкове зобов'язання – це загальна сума ПДВ, нарахована платником податку в податковому періоді.

Податкове зобов'язання	**=**	***База оподаткування***	**×**	***Ставка оподаткування***

База оподаткування	**=**	***Собівартість + прибуток + акцизний збір + податки, що входять до ціни виробу***

Податковий кредит – це сума, на яку підприємство-платник податку має право зменшити податкове зобов'язання у звітному періоді. Цей кредит складається із сум ПДВ, які підприємство сплатило під час придбання таварно-матеріальних цінностей (товарів, основних засобів, наматеріальних активів, які підлягатимуть амортизації).

Акцизний збір – це непрямий податок на високорентабельні та монопольні товари, що включається до їхньої ціни. Акцизний збір обчислюється у відсотках до обороту або у твердих сумах з одиниці реалізованої продукції за єдиними на всій території України ставками. Перелік підакцизних товарів встановлює Верховна Рада України, час від часу його переглядає і, у разі потреби, коригує. До переліку товарів, за які сплачується акцизний збір, входять: лікеро-горілчані вироби, коньяк, вино, пиво, спирт етиловий, кава, ікра лососевих та осетрових риб, делікатесна продукція з цінних видів риби та морепродуктів, тютюнові вироби, легкові автомобілі, високооктанові марки моторного бензину, ювелірні вироби із дорогоцінних металів, діаманти, хутрові вироби, одяг з натуральної шкіри, високоякісні вироби з кришталю та фарфору, килими й килимові вироби машинного виробництва тощо, відеотехніка, кольорові телевізори.

Мито – непрямий податок, який стягується за товари та інші предмети, що перетинають митний кордон України (ввезення, вивезення, транзит через територію країни товарів, предметів будь-яким способом, враховуючи використання трубопровідного транспорту, мереж електропередач тощо) і вноситься до ціни товару.

Диференціація цін по стадіях ціноутворення відображає кількісний зв′язок між цінами, які складаються в ході просування товара від виробника до кінцевого споживача. Формування ціни на стадії реалізації продукції

виробником, а потім торгівлею може бути схематично записано таким чином (розглянутий випадок виробництва підакцизної продукції):

Підприємство-виробник	***Витрати виробництва + Прибуток = Оптова ціна виробника*** ***Оптова ціна виробника + Акциз = Відпускна ціна*** ***Відпускна ціна + ПДВ$_1$ = Відпускна ціна разом з ПДВ$_1$***
Торговельне підприємство	***Відпускна ціна + торговельна націнка + ПДВ$_2$ = роздрібна ціна***

де ***ПДВ$_1$*** – ПДВ, нарахований підприємством-виробником продукції; ***ПДВ$_2$*** - ПДВ, нарахований торговельним підприємством (при цьому база нарахування ПДВ збільшується порівняно з базою нарахування ПДВ виробником продукції на величину торговельної націнки).

Націнки посередницьких і торговельних організацій, які є складовими ціни, компенсують їм витрати, пов′язані з просуванням товару від виробника до споживача та забезпечують отримання потрібної їм суми прибутку.

Розрахунки з державним бюджетом по ПДВ: підприємство-виробник сплачує суму податку *ПДВ$_1$,* а торговельне підприємство – суму *ПДВ$_2$ – ПДВ$_1$*.

Прямі податки сплачують особи (як фізичні, так і юридичні), які отримали дохід, або мають у власності майно, з якого стягується податок. В Україні встановлені такі види прямих податків: на прибуток підприємств; на доходи фізичних осіб; плата за землю; за використання надр тощо.

Податок на прибуток підприємств. Прибуток платників податку-юридичних осіб станом на 01.01.13 оподатковується за ставкою 19% до об′єкту оподаткування.

Податок на доходи фізичних осіб. Об′єктом оподаткування громадян, які мають постійне місце проживання в Україні, є сукупний оподатковуваний дохід як в натуральній, так і в грошовій формі за календарний рік (що складається з місячних сукупних оподатковуваний доходів), одержаний за будь-яких умов з різних джерел як на території України, так і за її межами.

10. Методи ціноутворення на підприємстві.

Ціноутворення – це процес встановлення ціни на конкретний товар. У ринковому середовищі встановлення ціни на продукцію підприємства в значній мірі визначається зовнішніми чинниками, серед яких вплив конкуренції, учасників каналів товаропросування (постачальників, посередників), політики держави. Після врахування зовнішніх чинників підприємство має сформувати власну ***цінову політику***, яка включає кілька етапів.

1. Визначення мети ціноутворення.

В залежності від мети, яку ставить перед собою підприємство, визначається і різний підхід до ціноутворення:

- намагання вижити змушує підприємство встановлювати низькі ціни, оскільки у такому випадку важливішим є вижити, ніж отримати прибуток; доки зниження ціни покриває виробничі витрати, підприємство може вести комерційну діяльність;

- максимізація поточного прибутку; в цьому випадку поточні результати є більш важливими, ніж довгострокові.
- захоплення більшого сегменту ринка; для виконання такої мети підприємство має налаштовуватися на максимальне зниження ціни;
- завоювання лідерства на ринку за показниками якості; для досягнення такої мети слід докласти зусиль, щоб продукція підприємства була найбільш якісною з усього, що пропонує ринок, і це потребує встановлення високої ціни.

2. Визначення попиту на товар.

Для більшості товарів зниження ціни веде до збільшення попиту. Проводиться орієнтація вихідної ціни на попит покупця, підтримання її на максимальному рівні.

3. Оцінка витрат виробництва.

Орієнтація вихідної ціни на витрати виробництва визначає, що витрати мають бути на мінімальному рівні.

4. Аналіз цін і товарів конкурентів.

Інформація про ціну на аналогічну продукцію конкурента може бути отримана як результат порівняльного аналізу шляхом придбання конкуруючого товару; одержання доступу до прейскурантів цін, опитування покупців тощо.

5. Вибір методу ціноутворення.

Існує кілька методів встановлення цін. Після застосування вибраного методу встановлюється остаточна ціна. Але в будь-якому випадку, визначивши рівень ціни продукції, маємо лише орієнтовну ціну, яка сформована підприємством, виходячи з власних умов і цілей. Тільки вихід продукції на ринок відкоригує і встановить конкретне значення ціни на певний товар.

Залежно від конкретних обставин і цілей підприємства використовують різні методи розрахунку ціни на товар, які можна об′єднати в окремі групи:

- витратні;
- цільові;
- параметричні.

Розглянемо найбільш поширені з них.

1. Метод "середні витрати + прибуток" - найпростіший і широко вживаний. Суть його можна записати так: Ц = S + П, де S – собівартість, яка склалася в процесі виробництва; П – прибуток, сума якого у більшості випадків встановлюється самим підприємством, або, іноді, обмежується державою через граничний рівень рентабельності.

2. Розрахунок ціни на підставі цільового прибутку. Ціну поставлено в жорстку залежність від загального розміру прибутку, який підприємство передбачає одержати від реалізації певної кількості продукції (використовується поділ витрат на постійні та змінні):

$$Ц = S_{зм_1} + \frac{S_{пост} + П}{V}, \qquad (20.8)$$

де $S_{зм\text{-}1}$ – змінні витрати на одиницю продукції; $S_{пост}$ – постійні витрати за певний період; П – загальна сума прибутку, який можна одержати від

реалізації продукції за той самий період; V – обсяг реалізації продукції в натуральному вимірі.

3. Встановлення ціни на засаді суб'єктивної цінності товару здійснюється з урахуванням потенційного (реально виявленого) попиту.

4. Метод ціноутворення "за рівнем поточних цін" або "***за рівнем конкуренції".*** Ціну розглядають як функцію цін на аналогічну продукцію у конкурентів; встановлення ціни на рівні поточної ринкової ціни або трохи нижчою за неї.

5. Метод ціноутворення "за рівнем попиту" передбачає встановлення ціни за допомогою пробного продажу товару в різних сегментах ринку. При цьому враховуються умови продажу, кон'юнктура ринку, супутні послуги. За цим методом ціни на ті ж самі товари можуть бути різними на різних сегментах ринку.

6. Встановлення ціни на підставі результатів закритих торгів є різновидом методу "за рівнем поточних цін" і застосовується з метою одержання замовлення на виготовлення певної продукції (торг за вигідний контракт).

7. Метод встановлення ціни за місцем походження товару. Товар передається транспортній організації, після цього всі права на товар та відповідальність за нього переходять до покупця.

8. Метод встановлення єдиної ціни з включенням до неї витрат на доставку. Включення в ціну фіксованої суми транспортних витрат незалежно від віддаленості покупця.

9. Метод встановлення зональних цін. Підприємство виокремлює кілька зон, у межах яких встановлюються єдині ціни залежно від рівня транспортних витрат.

10. Метод встановлення ціни стосовно базисного пункту. Характеризується тим, що продавець обирає конкретний район (місто, область) як базисний і збирає з усіх замовників (клієнтів) транспортний збір в сумі, що дорівнює вартості поставки з цього району, незалежно від того, звідки насправді здійснюється відвантаження товару.

11. Метод встановлення цін із прийняттям на себе витрат на поставку. Підприємство частково або повністю бере на себе фактичні витрати на постачу товару з метою стимулювання надходження замовлень від покупців.

12. Встановлення цін зі знижками. Підприємство-продавець змінює свою вихідну ціну та встановлює певну знижку з неї, враховуючи дострокову оплату рахунків, закупівлю великої партії продукції, або сезонну закупівлю.

Контрольні питання

1. Що означає термін "собівартість продукції"?
2. Як поділяються витрати за способом включення у собівартість?
3. Яка особливість дегресуючих змінних витрат? Навести приклад.
4. Що таке структура собівартості та які чинники на неї впливають?

5. Який практичний інтерес становить групування витрат на виробництво за економічними елементами?
6. Що називається процесом калькулювання?
7. Яка економічна роль калькулювання собівартості?
8. Чим відрізняються статті витрат "виробнича собівартість" і "повна собівартість"?
9. Які методи калькулювання витрат вам відомі?
10. Які основні показники витратності виробництва?
11. Які резерви зниження витрат існують на підприємстві?
12. Що означає термін "ціна" продукції?
13. Яка структура оптової ціни?
14. В чому особливість непрямих податків?
15. Які існують методи ціноутворення?

Тести

1. Зазначити помилкові твердження:
   а) змінними називають такі витрати, які залежать від кон′юнктури ринку.
   б) виробнича собівартість продукції включає витрати підприємства на виготовлення і збут продукції
   в) до змінної частини виробничих витрат відносяться витрати на сировину
   г) до прямих податків в Україні відносять ПДВ, акциз, мито.
2. За зв′язком із обсягом виробництва витрати підприємства поділяється на ...
   а) виробничі та комерційні
   б) продуктивні та непродуктивні
   в) постійні та змінні
   г) прямі та непрямі.
3. Ціни та розцінки, за якими визначається розрахункова вартість нового будівництва, вартість реконструкції та переоснащення будівель і споруд, називаються ...
   а) оптовими
   б) закупівельними
   в) роздрібними
   г) кошторисними.
4. За економічною однорідністю витрати підприємства поділяються на ...
   а) постійні, змінні
   б) елементні, комплексні
   в) виробничі, комерційні
   г) прямі, непрямі.
5. До виробничої собівартості на промисловому підприємстві відносять витрати на ...
   а) електроенергію на технологічні потреби
   б) утримання виробничого устаткування
   в) оплату праці адміністративного персоналу
   г) транспортування готової продукції за межі підприємства.

6. Витрати пов'язані з управлінням та обслуговуванням виробництва називаються ...

а) комерційними
б) накладними
в) змінними
г) основними.

7. Ціна товару 648 грн з урахуванням ПДВ. Ставка ПДВ 20%. Ціна цього товару без урахування ПДВ:

а) 129,6 грн
б) 518,4 грн
в) 540 грн
г) інша відповідь.

8. Змінними називають витрати на виробництво продукції, які залежать від ...

а) обсягу випущеної продукції
б) часу
в) кон′юнктури ринку
г) інфляції.

9. Ціни, за якими виробники сільськогосподарської продукції реалізують її з метою подальшої переробки, називаються ...

а) роздрібними
б) закупівельними
в) кошторисними
г) регіональними.

10. До комерційних відносяться витрати підприємства, пов'язані з ...

а) виплатою заробітної плати виробникам продукції
б) зберіганням сировини й матеріалів на складі
в) переміщенням готової продукції на зовнішні склади
г) маркетинговими дослідженнями ринку збута.

11. Зазначити непрямі податки (збори):

а) ПДВ
б) податок на прибуток підприємства
в) акцизний збір
г) мито.

12. Ціни, за якими підприємство-виробник реалізує промислову продукцію на внутрішньому ринку, називаються ...

а) кошторисними
б) закупівельними
в) світовими
г) відпускними.

13. Витрати на поточний ремонт устаткування і витрати на рекламу готової продукції – це приклади відповідно ... витрат.

а) основних і накладних
б) прямих і непрямих
в) виробничих і комерційних

г) продуктивних і непродуктивних

14. Нижньої межею ціни вироба є :
    а) рентабельність капіталу
    б) кошторис витрат на виробництво
    в) собівартість одиниці продукції
    г) точка беззбитковості виробництва.

21. ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ РЕЗУЛЬТАТИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

1. Поняття про дохід і прибуток.
2. Класифікація видів прибутку підприємств.
3. Методика визначення фінансового результату.
4. Чинники впливу на величину прибутка.
5. Показники ефективності діяльності підприємства.
6. Точка беззбитковості та запас фінансової міцності підприємства.

1. Поняття про дохід і прибуток.

Відповідно до П(С)БО 3 "Звіт про фінансові результати" під **доходом** розуміють збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу (крім зростання капіталу за рахунок внесків власників). У бухгалтерській практиці виокремлюють такі <u>види доходів</u>:

- дохід (виручка) від реалізації продукції (робіт, послуг);
- інший операційний дохід;
- дохід від участі в капіталі;
- інший фінансовий дохід;
- інший дохід;
- надзвичайний дохід.

Дохід (виручка) від реалізації продукції (робіт, послуг) відображає грошові надходження від реалізації продукції без вирахування наданих знижок, повернення проданих товарів і непрямих податків.

Інший операційнийі дохід відображає суми інших доходів від операційної діяльності, крім доходу від реалізації продукції: дохід від операційної оренди активів; дохід від операційних курсових різниць; відшкодування раніше списаних активів; дохід від реалізації оборотних активів (крім фінансових іевестицій).

Дохід від участі в капіталі відображає надходження, отримані від інвестицій в асоційовані, дочірні або спільні підприємства, облік яких здійснюється методом участі в капіталі (метод обліку інвестицій, згідно з яким їх балансова вартість змінюється відповідно до суми збільшення або зменшення частки інвестора у власному капіталі об'єкта інвестування).

Інший фінансовий дохід передбачає дивіденди, відсотки та інші доходи, отримані від фінансових інвестицій.

Інший дохід включає дохід від реалізації фінансових інвестицій, необоротних активів і майнових комплексів; від неопераційних курсових різниць та інші доходи, які виникають у процесі звичайної діяльності, але не пов'язані з операційною діяльністю підприємства.

Надзвичайний дохід відображає невідшкодовані втрати від надзвичайних подій (стихійного лиха, пожеж, техногенних аварій тощо), включаючи витрати на запобігання виникненню втрат від надзивичайних подій без суми страхового відшкодування та покриття втрат від надзвичайних ситуацій за рахунок інших джерел; доходи від інших подій та операцій, які відповідають визначенню надзвичайних (відрізняються від звичайних неочікуваністю та неможливістю систематичного повторення).

Позитивним підсумком виробничо-господарської діяльності підприємства є **прибуток.** В ньому у грошовій формі акумулюються зусилля усіх складових діяльності підприємства:

- виробництво і реалізація;
- якість і асортимент;
- ефективність використання виробничих ресурсів;
- собівартість продукції.

Прибуток як економічний показник являє собою різницю між ціною реалізації та собівартістю продукції, між обсягом отриманої виручки та сумою витрат на виробництво і збут продукції. Прибуток виконує ряд функцій:

- *оціночну* (характеризує ефект виробничо-господарської діяльності);
- *розподільчу* (є джерелом розподілу коштів між підприємством і бюджетом);
- *стимулюючу* (є джерелом формування фондів стимулювання праці);
- *відтворювальну* (є джерелом розширеного відтворення основного і оборотного капіталів підприємства).

2. Класифікація видів прибутку підприємств.

Прибуток від основної діяльності – прибуток від здійснення основної діяльності підприємства.

Прибуток від звичайної діяльності – прибуток від здійснення усіх видів діяльності підприємства, включаючи операційну.

Прибуток від операційної діяльності – прибуток, отриманий від реалізації товарів (робіт, послуг).

Прибуток від інших видів діяльності – прибуток від невиробничої діяльності (транспортної, посередницької тощо).

Прибуток від реалізації майна – прибуток від продажу основних засобів, нематеріальних активів.

Прибуток від позареалізаційних операцій – прибуток від інвестиційної діяльності, надання майна в оренду, пайової участі в капіталі інших підприємств.

Таблиця 21.1

Основні види прибутку, згруповані за певною класифікаційною ознакою

Класифікаційна ознака	***Види прибутку підприємств***
Вид діяльності	- прибуток від основної діяльності; - прибуток від іншої діяльності; - прибуток від реалізації майна; - прибуток від позареалізаційних операцій
Порядок визначення	- валовий прибуток; - прибуток від операційної діяльності; - прибуток від звичайної діяльності; - чистий прибуток
Методика оцінки	- номінальний прибуток; - реальний прибуток
Мета визначення	- бухгалтерський прибуток; - економічний прибуток
Розміри	- мінімальний прибуток; - цільовий прибуток; - максимальний прибуток

Валовий прибуток розраховується як різниця між чистим доходом від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) і собівартістю реалізованої продукції.

Чистий прибуток – прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства після сплати податку на прибуток та інших обов'язкових платежів та зборів, які сплачуються за рахунок прибутку.

Номінальний прибуток – це фактично отримана величина прибутку.

Реальний прибуток – це номінальний прибуток з урахуванням інфляції.

Бухгалтерський прибуток – прибуток, який відповідає прибутку від звичайної діяльності.

Економічний прибуток – це прибуток, який є різницею між виручкою від реалізації та всіма витратами підприємства, в тому числі витратами втрачених можливостей (наприклад, витрати на споживання будь-якого ресурсу, визначені з точки зору його використання не найкращим способом).

Мінімальний прибуток – це прибуток, розмір якого після сплати податків задовольняє власника підприємства відповідно до встановленого мінімального рівня рентабельності на вкладений капітал (кількісно мінімальний рівень рентабельності, що відповідає рівню середньої потенційної ставки банків по депозитах).

Цільовий прибуток – це прибуток, який визначає цільову функцію діяльності підприємства і залежить від вибраної стратегії (має відповідати потребам підприємства у коштах на виробничий і соціальний розвиток).

Максимальний прибуток – це прибуток, який підприємство отримує при такому обсязі діяльності, коли граничні доходи дорівнюють граничним витратам (граничні доходи і витрати зростають відповідно до зростання обсягів виробництва).

3. Методика визначення фінансового результату.

Фінансовим результатом діяльності підприємства є прибуток. Формування чистого прибутку підприємства наведено у табл.21.2.

Таблиця 21.2

Формування чистого прибутку підприємства

Стаття	***Код рядка***	***Показники за звітний період***
Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	010	Сума (+)
Податок на додану вартість	015	(-)
Акцизний збір	020	(-)
Витрати, які вилучаються з виручки	025	(-)
Інші вирахування з доходу	030	(-)
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	035	(= 010-015-020-025-030)
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	040	Сума
Валовий:		(= 035-040)
- прибуток	050	= (+)
- збиток	055	= (-)
Інші операційні доходи	060	(+)
Адміністративні витрати	070	(-)
Витрати на збут	080	(-)
Інші операційні витрати	090	(-)
Фінансові результати від операційної діяльності		050 (055)+ 060-070-080-090
- прибуток - збиток Дохід від участі в капіталі Інші фінансові доходи Інші доходи	100 105 110 120 130	= (+) = (-) (+) (+) (+)
Фінансові витрати	140	(-)
Втрати від участі в капіталі	150	(-)
Інші витрати	160	(-)
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:		
- прибуток - збиток	170 175	-(+) = (-)
Податок на прибуток від звичайної діяльності	180	(-)
Фінансові результати від звичайної діяльності:		
- прибуток - збиток	190 195	= (+) = (-)
Надзвичайні - доходи - витрати	 200 205	 (+) (-)
Податки з надзвичайного прибутку	210	(-)
Чистий: - прибуток - збиток	 220 225	 (+) (-)

4. Чинники впливу на величину прибутку.

Важливим чинником, який впливає на величину прибутку є рівень закупівельних цін на сировинні й матеріальні ресурси. Досягти мінімальних цін можна шляхом скорочення кількості посередників при закупівля сировини й матеріалів, досягнення домовленості про застосування цінових знижок. Якщо підприємство займається зовнішньоекономічною діяльністю, то зниженню закупівельних цін сприяє придбання товарів у іноземних партнерів за сприятливого співвідношення курсів національної та іноземної валюти, здійснення бартерних товарообмінних операцій.

Зростання розмірів прибутку пов'язане зі збільшенням рівня цін продажу власної продукції. Велику роль тут відіграє вдала цінова політика на споживчому ринку, використання сприятливої кон'юнктури в певні періоди року, урахування сезонності продажів деяких товарів. Збільшенню обсягів продажу і, відповідно, прибутку сприяє здійснення ефективної маркетингової діяльності (включення до асортименту взаємодоповнюючих товарів, надання споживчого кредиту при реалізації товарів, розширення системи додаткових торговельних послуг, здійснення ефективних рекламних заходів.

Отже, на величину прибутка від реалізації продукції впливають такі основні чинники:

- обсяги реалізації продукції;
- структура і асортимент продукції;
- рівень відпускних цін на продукцію;
- рівень цін на сировинно-матеріальні ресурси;
- рівень витрат матеріальних і трудових витрат.

5. Показники ефективності діяльності підприємства.

Незважаючи на той факт, що прибуток є одним з найважливіших показників роботи підприємства, він сам по собі не характеризує ефективність його роботи. Для визначення ефективності роботи підприємства необхідно зіставити результат його роботи (прибуток) з витратами або іншими ресурсами, що забезпечили появу цього результату. **Рентабельність** – показник ефективності роботи підприємства, який характеризує рівень віддачі витрат або міру використання наявних ресурсів у процесі виготовлення і реалізації продукції (робіт, послуг). Найчастіше використовуються показники рентабельності, що визначають прибутковість підприємств у співвідношенні до вкладених фінансових ресурсів (*ресурсні* показники рентабельності), або до поточних витрат на виробництво продукції (*витратні* показники рентабельності). Показники усіх видів рентабельності широко застосовуються для оцінки фінансового стану підприємств.

Рівень економічної ефективності виробництва залежить від багатьох чинників, які можуть бути класифіковані за такими ознаками (рис. 21.2). „Твердими” чинниками називають такі, що мають фізичні параметри, піддаються вимірюванню і на них, як правило, важко впливати, а „м′якими” –

такі, що їх не можна фізично виміряти, але вони є більш впливовими щодо економічних результатів діяльності підприємства і у більшій мірі керованими.

З о в н і ш н і	***В н у т р і ш н і***
• Державна економічна та соціальна політика • Інституціональні механізми • Інфраструктура • Структурні зміни	• „Тверді” чинники: - технологія - устаткування - матеріали та енергія - вироби • „М′які” чинники: - персонал - організація праці - методи роботи - стиль управління

Рис. 21.2. Склад зовнішніх та внутрішніх чинників, що впливають на рівень економічної ефективності виробництва.

Обчислюють такі основні види рентабельності:

- ***рентабельність окремого виду продукції:***

$$R = \frac{Ц - S}{S} \cdot 100\%, \qquad (21.1)$$

де $Ц$, S – відповідно ціна і повна собівартість окремого виробу;

- ***рентабельність реалізованої продукції***, характеризує ефективність витрат на її виробництво і збут:

$$R_{РП} = \frac{П_{опер}}{S_{РП} + ВА + ВЗ} \cdot 100\% \quad ,$$

де $П_{опер}$ – операційний прибуток; $ВА$ – витрати адміністративні; $ВЗ$ – витрати збутові.

- ***рентабельність активів (капіталу) підприємства:***

$$R_{ак} = \frac{П_{звич.д}}{А_{необ} + А_{обор}} \cdot 100\% \qquad \textbf{або} \qquad R_{ак} = \frac{П_{чист}}{А_{необ} + А_{обор}} \cdot 100\% \qquad (21.2)$$

де $П_{звич.д}$ – прибуток від звичайної діяльності до оподаткування, $П_{чист}$ – прибуток чистий; $А_{необ}$ – середня вартість необоротних активів, $А_{обор}$ – середня вартість оборотних активів підприємства, обчислені за той самий період часу.

6. Точка беззбитковості та запас фінансової міцності підприємства.

Поділ витрат на постійні та змінні дає змогу визначити їх загальну суму (собівартість) за формулою:

$$S = S_{пост} + S_{зм\text{-}1} \times V, \qquad (21.3)$$

де $S_{пост}$ – загальна величина постійних витрат, обчислена за певний період часу;

$S_{зм\text{-}1}$ – величина змінних витрат, розрахованих на одиницю вироблюваної продукції; V – обсяг виробництва продукції.

Чисту виручку від реалізації продукції можна представити як:

$$B = Ц \times V, \qquad (21.4)$$

де $Ц$ – оптова ціна одиниці продукції, а V – обсяг виробництва продукції.

На координатних осях (по горизонталі відкладатимемо обсяги виробництва і збуту продукції у натуральних одиницях, а вертикальна вісь нехай буде грошова) побудуємо графіки (рис. 21.3) обох залежностей (1) і (2):

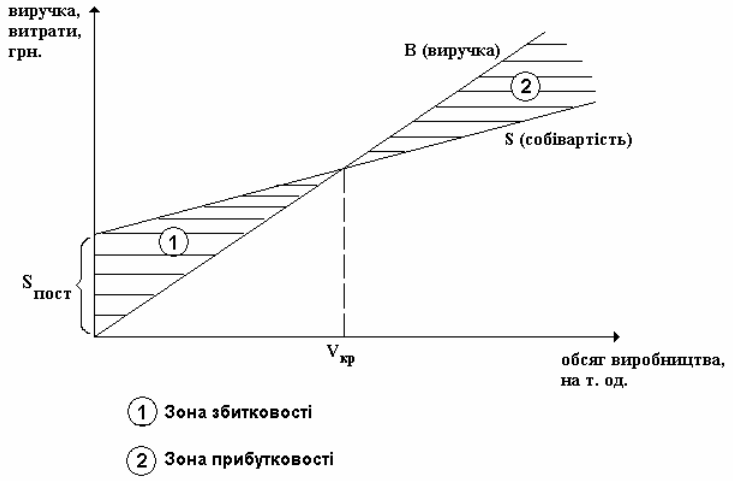


Рис. 21.3. Графік точки беззбитковості виробництва.

Якщо $V = 0$, то пряма, що відображає собівартість (S), почнеться вище нульової позначки за рахунок наявності постійних витрат, адже вони є навіть за умов зупинки виробництва продукції. Пряма, яка зображує чисту виручку (B), почнеться з нульової позначки, але буде наростати швидше, ніж пряма витрат. Це зумовлено тим, що ціна кожного виробу, як правило, є більшою за відповідні витрати на його виготовлення.

Як бачимо, динаміка зростання витрат і чистої виручки залежно від обсягу виробництва й продажу продукції така, що при певному значенні обсягу дві прямі перетнуться в одній точці. Якщо з неї опустити перпендикуляр на горизонтальну вісь, то одержимо значення обсягу виробництва і збуту $V_{кр}$ (в натуральних одиницях), яке носить назву *критичної точки виробництва* або *точки беззбитковості*. З економічної точки зору в точці беззбитковості чиста виручка від продажу продукції певного виду дорівнює її собівартості, а це означає, що виручки вистачає лише на покриття усіх поточних витрат, прибуток при цьому дорівнює нулю.

Проаналізуємо ситуацію, коли обсяги виробництва і збуту є меншими за критичну точку. В цій зоні домінує пряма витрат, і виручки недостатньо навіть на їх покриття. Ця зона називається зоною збитковості (на малюнку зона 1), і працювати в ній небезпечно, адже тривале перебування у зоні збитковості є прямим шляхом до банкрутства.

Аналогічно розглянемо ситуацію, коли обсяги виробництва і збуту є більшими за критичне значення. У цій зоні (на малюнку зона 2), домінує чиста

виручка. Отже, маючи обсяги виробництва і збуту продукції більші ніж критичне значення, маємо виручки достатньо не тільки на покриття поточних витрат, але й частина виручки лишається у вигляді прибутку. Ця зона є сприятливою для діяльності бізнесу, вона називається зоною прибутковості. Робота у зоні прибутковості передбачає виконання такого співвідношення між чистою виручкою (*В*), собівартістю (*S*) і прибутком (*П*): $B = S + П$.

Роль самої критичної точки виробництва полягає у тому, що вона показує ту межу, нижче якої не можна опускати обсяги виробництва і збуту продукції. Для кожного виду продукції критична точка обчислюється окремо. Щоб знайти аналітичний вираз значення критичної точки виробництва, прирівняємо праві частини залежностей (1) і (2). Маємо:

$$S_{зм\text{-}1} \times V_{кр} + S_{пост} = Ц \times V_{кр}, \qquad (21.4)$$

звідки

$$V_{кр} = \frac{S_{пост}}{Ц - S_{зм_1}} \qquad (21.5)$$

У вартісному вираженні беззбитковий обсяг продажів можна розрахувати за формулою:

$$V_{кр} = \frac{B_{пост}}{1 - ПВ_{зм/ціна}} \text{ (грн)} , \qquad (21.6)$$

де $ПВ_{зм/ціна}$ – питома вага (частка) змінних витрат у ціні виробу.

Окрім визначення беззбиткових обсягів продажу, можна також визначити запас фінансової міцності.

Контрольні питання

1. Яке визначення доходу згідно з П(С)БО 3 "Звіт про фінансові результати"?
2. Які види доходів зустрічаються у бухгалтерській практиці?
3. Яка сутність доходу від участі в капіталі?
4. Що називають прибутком підприємства?
5. Які функції виконує прибуток як економічна категорія?
6. Охарактеризувати види прибутку залежно від класифікаційних ознак.
7. Яка сутність економічного прибутку? мінімального прибутку?
8. Як підприємство визначає фінансовий результат своєї діяльності?
9. Які чинники впливають на величину прибутка?
10. Які показники ефективності діяльності підприємства?

Тести

1. Рентабельність певного виду продукції обчислюється за формулою:
   а) прибуток : вартість активів підприємства
   б) виручка : собівартість продукції
   в) прибуток : собівартість продукції
   г) дохід : капіталовкладення.
2. Прибуток як економічна категорія виконує такі функції:
   а) є аргументом у прийнятті інноваційних рішень

б) є показником успішності роботи підприємства
в) є джерелом виплати заробітної плати персоналу
г) є джерелом самофінансування й розвитку.

3. Ефективність виробничо-господарської діяльності підприємства визначається:
а) операційним прибутком
б) економічним ефектом
в) рентабельностю активів
г) коефіцієнтом оборотності.

4. Рентабельність капіталу підприємства – це відношення чистого прибутку до:
а) собівартості вироба
б) виручки від реалізації продукції
в) суми капітальних інвестицій
г) вартості оборотних і необоротних активів.

5. Рентабельність капіталу підприємства – це відношення чистого прибутку до:
а) собівартості вироба
б) виручки від реалізації продукції
в) суми капітальних інвестицій
г) вартості оборотних і необоротних активів.

6. Чистий прибуток підприємства витрачається на:
а) оплату праці персоналу
б) поповнення резервного фонду
в) модернізацію устаткування
г) сплату непрямих податків до державного бюджету.

7. Валовий прибуток за документом "Звіт про фінансові результати" визначається як різниця між:
а) чистим доходом і адміністративними та збутовими витратами
б) доходом і непрямими податками
в) чистим доходом і собівартістю реалізованої продукції
г) собівартістю і адміністративними та збутовими витратами.

8. Виручка від реалізації товарної продукції підприємства за місяць становила 504 тис.грн, в т.ч. ПДВ. Ставка ПДВ 20%. Собівартість реалізованої продукції 300 тис.грн. Яка величина валового прибутку?
а) 84 тис.грн
б) 103,2 тис.грн
в) 120 тис.грн
г) інша відповідь.

9. Ціна виробу «А» 192 грн в т.ч. ПДВ. Ставка ПДВ 20%. Собівартість цього виробу 120 грн. Яка рентабельність виробу «А»?
а) 25%
б) 28%
в) 33%
г) інша відповідь.

10. На виготовлення виробу «Б» було витрачено 180 грн. Яку оптову ціну має сформувати виробник, якщо хоче досягти рентабельності у 25%?

а) 225 грн
б) 270 грн
в) 280 грн
г) інша відповідь.

22. ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1. Інноваційна діяльність та її пріоритетні напрями.
2. Сучасний стан інноваційної діяльності на вітчизняних підприємствах.
3. Оцінювання ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності.

1. Інноваційна діяльність та її пріоритетні напрями.

Характер сучасного розвитку економіки, обумовлений наявністю кризових явищ, стимулює усі галузі національного господарства до пошуку радикальних шляхів розвитку і активізації інноваційної діяльності. У цих умовах пріоритетною стає інноваційна діяльність спрямована на забезпечення конкурентоспроможності продукції та ефективності бізнес-процесів.

Інноваційна діяльність спрямована на практичне використання наукового, науково-технічного результату та інтелектуального потенціалу для одержання нової, радикально поліпшеної продукції, технології її виробництва, сучасної організації праці, прогресивної системи управління з метою підвищення конкурентоспроможності та зміцнення ринкових позицій підприємства. Інновації прийнято розглядати як основний фактор, що забезпечує зростання і процвітання підприємства в теперішніх умовах. Основними *цілями* інновацій є мінімізація собівартості продукції (послуг) та підвищення її конкурентних переваг.

Інновації прийнято поділяти на:

- продуктові й технологічні;
- базисні й покращуючі;
- стратегічні й адаптуючі.

Продуктові інновації – це випуск принципово нових або вдосконалення попередніх видів продукції і послуг з метою підвищення їх споживчих якостей і конкурентних переваг, що сприяє збільшенню обсягу продаж.

Технологічні інновації спрямовані на підвищення організаційно-технічного рівня операційного процесу шляхом покращання наявної та використання нової прогресивнішої техніки і технології виробництва, впровадження передових методів організації праці, вдосконалення системи управління підприємством. Вони безпосередньо впливають на економію витрат: зниження матеріало-, праце-, фондо-, енергоємності продукції та послуг, і у кінцевому підсумку – на величину прибутку.

Базисні інновації передбачають створення принципово нових продуктів і технологій.

Покращуючі інновації – це дрібні та середні винаходи, які вдосконалюють технологію виробництва або якісні характеристики вже відомих товарів.

До *стратегічних* інновацій належать нововведення, використання яких забезпечує такі переваги, в результаті яких підприємство може отримати високі прибутки і зайняти лідерські позиції на ринку товарів і послуг.

Адаптуючі інновації – це ті, які підприємства впроваджують слідом за лідером, щоб не допустити відставання у конкуренції за ринки збуту.

Здійснення інноваційної діяльності пов'язано з поточними і капітальними витратами, які за джерелами фінансування поділяються на:

- власні кошти підприємства;
- кошти бюджету;
- кошти позабюджетних фондів;
- кошти організацій підприємницького сектору тощо.

В Законі України "Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні" визначаються стратегічні пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні:

- нові та відновлювані джерела енергії; новітні ресурсозберігаючі технології;
- машинобудування та приладобудування як основа високотехнологічного оновлення всіх галузей виробництва;
- високоякісна металургія;
- нанотехнології, мікроелектроніка, інформаційні технології, телекомунікації;
- вдосконалення хімічних технологій, нові матеріали, розвиток біотехнологій;
- високотехнологічний розвиток сільського господарства, переробної промисловості;
- транспортні системи: будівництво і реконструкція;
- охорона і оздоровлення людини та навколишнього середовища;
- розвиток інноваційної культури суспільства;
- виробництво засобів наземного транспорту, літальних апаратів, плавучих засобів і пов'язаних з транспортом пристроїв та обладнання.

Реалізація цих напрямів має забезпечити розвиток та підвищення конкурентоспроможності усіх галузей національного господарства, а також сприятиме реалізації визначених стратегічних цілей розвитку економіки в глобальному масштабі.

2. Сучасний стан інноваційної діяльності на вітчизняних підприємствах.

Інноваційна діяльність передбачає інвестування наукових досліджень і розробок, спрямованих на здійснення якісних змін у складі продуктивних сил,

прогресивних міжгалузевих структурних зрушень, розробки і впровадження нових видів продукції і технологій.

Впровадження на вітчизняних підприємствах сучасної інноваційної продукції ускладнено, в першу чергу, через відсутність зовнішнього фінансування. Як бачимо з наведеної нижче діаграми (рис.1), переважна частка джерел фінансування інвестицій припадає на власні кошти підприємств (до 70%). В умовах дефіциту власних коштів у підприємств можна лише уявити, наскільки мізерні суми інвестицій витрачаються на створення інноваційної продукції на промислових підприємствах України.

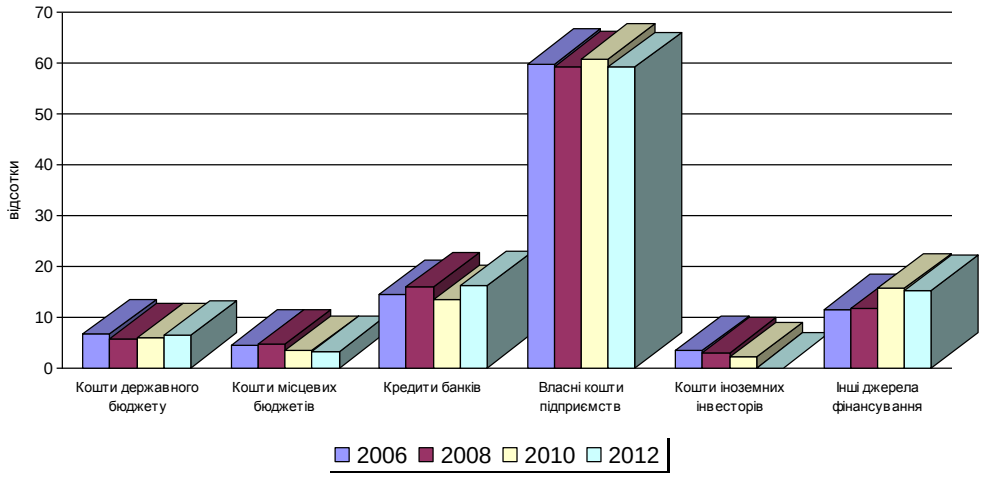


Рис. 22.1. Джерела фінансування інновацій на вітчизняних підприємствах (2006-2012 рр., %)

Недостатньому фінансуванню інноваційно-інвестиційних проектів відповідають і результати впровадження інновацій на вітчизняних промислових підприємствах (рис.2):

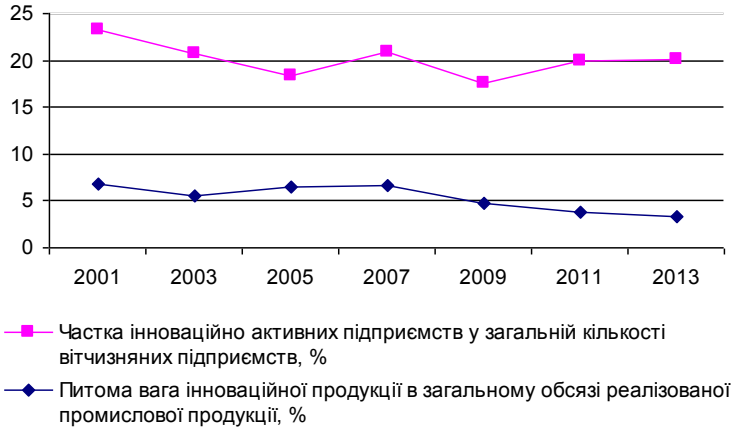


Рис. 22.2. Впровадження інновацій на вітчизняних підприємствах (2001-2013 рр., %)

Доповнює дану картину група таких статистичних показників:

- кількість промислових підприємств, що займаються інноваційною діяльністю;

- загальний обсяг витрат на інноваційну діяльність;
- кількість промислових підприємств, що впроваджували інвестиції;
- кількість впроваджених інноваційних видів продукції;
- кількість підприємств, які реалізовували інноваційну продукцію;
- обсяг реалізації інноваційної продукції.

Отже, першочерговим завданням керівництва країни в цьому напрямку має стати залучення іноземних інвестицій, створення умов, за яких вітчизняні підприємства стануть привабливими для потенційних інвесторів, дотримання економічної і політичної стабільності в державі.

Складність та тривалість інноваційного процесу на фоні впливу дестабілізуючих зовнішніх чинників обумовлюють значні труднощі щодо вибору та впровадження інновацій. Це зумовлює необхідність виваженої, гнучкої та комплексної оцінки ефективності інноваційної діяльності як основи прийняття об'єктивних управлінських рішень на підприємстві.

3. Оцінювання ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності.

Для оцінювання ефективності інновацій та інвестицій часто використовують одні й ті ж самі показники, хоча це й не завджи виправдане. Для інвестиційного проекту основним критерієм доцільності є його *фінансова ефективність* з погляду привабливості для потенційних інвесторів (була розглянута у темі 14 даного курсу). Для інноваційного ж проекту важливі не лише *фінансові результати* виробників, але і *його новизна, вдосконалена якість*, які задовольнятимуть попит споживачів.

Тому для оцінювання ефективності інновацій застосовують ширшу систему показників, ніж для оцінювання ефективності інвестицій. Їх можна об'єднати у три групи.

До першої групи належать показники, які характеризують виробничий ефект від застосування інновації, а саме:

1. Приріст обсягу виробництва продукції.
2. Приріст доданої вартості.
3. Економія матеріальних ресурсів.
4. Економія витрат від зниження собівартості продукції.
5. Скорочення фонду робочого часу на виробництво продукції.
6. Зростання середньогодинного виробітку працівника.
7. Зниження матеріаломісткості продукції.
8. Зниження витратомісткості продукції.

До другої групи належать показники, що характеризують фінансову ефективність нововведень.

1. Приріст маржі покриття.
2. Приріст чистого доходу.
3. Приріст прибутку до виплати процентів і податків.
4. Приріст чистого прибутку після виплати процентів і податків.
5. Приріст маржинальної рентабельності, обчисленої відношенням загальної суми маржі покриття до чистої виручки.

6. Приріст рентабельності витрат.
7. Приріст рентабельності обігу.
8. Приріст чистої норми прибутковості продукції.
9. Приріст рентабельності сукупного капіталу, вкладеного в активи підприємства.
10. Приріст рентабельності власного капіталу.

До третьої групи належать показники інвестиційної ефективності інновацій. Тут використовується та сама система показників, що й для оцінки ефективності реальних інвестицій: грошовий потік, приведена вартість грошового потоку, чиста дисконтована вартість проекта, індекс його рентабельності й термін окупності. Особливість полягає лише в тому, що тут треба враховувати всю суму інвестиційних витрат підприємства в комерціалізацію інновацій, починаючи з інвестицій на науково-дослідні та дослідно-конструкторські розробки й завершуючи процесом запуску у виробництво й виходу на ринок.

Багато попередньої інформації щодо оцінювання ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства дає й окрема оцінка техніко-технологічного та організаційного рівня його виробничої бази. В межах цього дослідження виокремлюють і оцінюють технічний, технологічний і організаційний рівень виробництва.

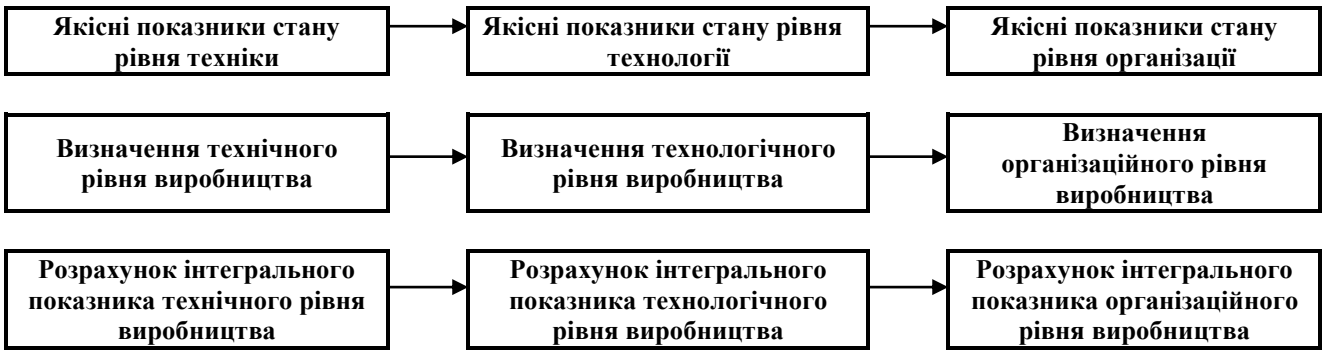
Технічний рівень виробництва характеризує ступінь розвитку і якісне вдосконалення матеріально-речових елементів виробництва незалежно від форм відтворення (знарядь праці, предметів, які використовуються у процесі виробництва матеріальних благ).

Технологічний рівень виробництва визначається сукупністю показників, що характеризують прогресивність та економічність прийнятих і виробництві методів здійснення операційної діяльності.

Організаційний рівень виробництва визначається сукупністю показників, що характеризують систему регулювання процесів праці, форми його організації, які приюють раціональному використанню матеріально-речових елементів виробництва, в т.ч. організації матеріально-технічного постачання.

Методика оцінки ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства складається з чотирьох етапів.

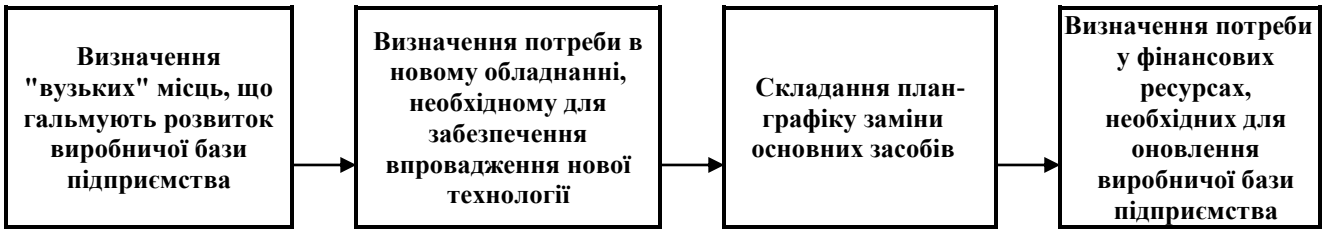
І етап. Оцінка техніко-технологічного рівня виробничої бази підприємства.



II етап. 1. Розрахунок комплексних (інтегральних) показників стану рівня технічного, технологічного та організаційного виробництва на підприємстві. Наприклад, для оцінки технічного рівня виробництва визначають інтегральний коефіцієнт технічного рівня виробництва, використовуючи коефіцієнти відповідно інтенсивного і екстенсивного навантаження устаткування:

$$K_{інт}^{техн} = K_{інт} \times K_{екст} \qquad (22.1)$$

2. Розроблення плану проведення техніко-технологічного переоснащення і реконструкції виробництва у такій послідовності:



III етап. Аналіз ефективності капіталовкладень в інноваційно-інвестиційну діяльність підприємства.

IУ етап. Аналіз впливу підвищення якісного стану виробничої бази підприємства на його кінцеві фінансово-економічні результати.

Отже, послідовність оцінювання ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності на підприємстві може виглядати так.

1. Аналіз технічного, технологічного і організаційного рівнів виробництва.

2. Визначення напрямів удосконалення виробничої бази.

3. Загальна оцінка ефективності використання інвестицій на технічне вдосконалення виробничої бази.

4. Кількісна оцінка впливу інноваційного розвитку на основі економічних показників діяльності підприємства загалом і його окремих структурних підрозділів.

5. Визначення найбільш ефективних напрямів для вкладання коштів, а також взаємозв'язку показників інноваційного розвитку, відображених у статистичній звітності.

6. Визначення і аналіз потреби у коштах на самофінансування.

7. Вибір серед розроблених заходів оптимального співвідношення найбільш результативних, які дають максимальне збільшення доходу при обмежених джерелах власних і позичених фінансових ресурсах.

Контрольні питання

1. Яка сутність інноваційної діяльності?
2. Які цілі інновацій?
3. Які різновиди інновацій існують?
4. Перелічити основні джерела фінансування інновацій в Україні?

5. Яким законом визначаються стратегічні пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні?
6. Які пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні в цьому законі зазначені?
7. Якими показниками (параметрами) характеризують сучасний стан інноваційної діяльності на вітчизняних підприємствах?
8. Який основний критерій доцільності для інвестиційного проекту?
9. Які показники є важливими при оцінці ефективності інноваційного проекту?
10. Які три рівні розвитку виробництва виокремлюють, оцінюючи ефективність інноваційного проекту?

Тести

1. Інновації, які передбачають створення принципово нових продуктів і технологій – це:

а) базисні;

б) покращуючі;

в) адаптуючі.

2. Інновації, які передбачають створення дрібних та середніх винаходів, які вдосконалюють технологію виробництва або якісні характеристики вже відомих товарів – це:

а) базисні;

б) покращуючі;

в) адаптуючі.

3. Інновації, які підприємства впроваджують слідом за лідером, щоб не допустити відставання у конкуренції за ринки збуту – це:

а) базисні;

б) покращуючі;

в) адаптуючі.

4. Випуск принципово нових або вдосконалення попередніх видів продукції і послуг з метою підвищення їх споживчих якостей і конкурентних переваг, що сприяє збільшенню обсягу продаж – це:

а) продуктові;

б) технологічні;

в) стратегічні.

5. Інновації спрямовані на підвищення організаційно-технічного рівня операційного процесу шляхом покращання наявної та використання нової прогресивнішої техніки і технології виробництва, впровадження передових методів організації праці, вдосконалення системи управління підприємством – це:

а) продуктові;

б) технологічні;

в) стратегічні.

6. Нововведення, використання яких забезпечує такі переваги, в результаті яких підприємство може отримати високі прибутки і зайняти лідерські позиції на ринку товарів і послуг – це:

а) продуктові;

б) технологічні;

в) стратегічні.

7. Ступінь розвитку і якісне вдосконалення матеріально-речових елементів виробництва незалежно від форм відтворення (знарядь праці, предметів, які використовуються у процесі виробництва матеріальних благ) характеризує:

а) технічний рівень виробництва;

б) технологічний рівень виробництва;

в) організаційний рівень виробництва.

8. Рівень виробництва визначається сукупністю показників, що характеризують прогресивність та економічність прийнятих і виробництві методів здійснення операційної діяльності – це:

а) технічний рівень виробництва;

б) технологічний рівень виробництва;

в) організаційний рівень виробництва.

9. Рівень виробництва, який визначається сукупністю показників, що характеризують систему регулювання процесів праці, форми його організації, які приюють раціональному використанню матеріально-речових елементів виробництва, в т.ч. організації матеріально-технічного постачання – це:

а) технічний рівень виробництва;

б) технологічний рівень виробництва;

в) організаційний рівень виробництва.

10. Для інвестиційного проекту основним критерієм доцільності його впровадження є:

а) фінансова ефективність;

б) новизна;

в) якість.

23. ІНТЕГРАЛЬНА ЕФЕКТИВНІСТЬ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

1. Ефект і ефективність виробництва.
2. Чинники зростання ефективності виробництва.
3. Методика інтегральної оцінки ефективності діяльності підприємства.
4. Конкурентоспроможність підприємства та методи її визначення.
5. Резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства.

1. Ефект і ефективність виробництва.

Для досягнення високої ефективності процесу виробництва в умовах ринкової економіки недостатньо мати сучасне технічне обладнання, знаряддя та високоякісні предмети праці, необхідна також добре налагоджена організаційна система зв'язків між виробниками та споживачами продукції. Теорія ефективності чітко розмежовує поняття ефекту і ефективності, розуміючи під першим результат заходу, а під другим – співвідношення цього результату і витрат, які його викликали.

Ефект виробництва можна класифікувати за окремими ознаками:

- *за спрямуванням* – економічний, соціальний, екологічний;
- *за місцем одержання* – локальний і загальногосподарський;
- *за частотою повторення* – первинний (одноразовий ефект) і мультиплікаційний (багаторазовий ефект);
- *за метою визначення* – абсолютний (характеризує загальну величину ефекту) і порівняльний (при виборі оптимального варіанта з кількох варіантів господарських рішень).

Усі разом узяті види ефекту у подальшому впливають на інтегральну ефективність діяльності підприємства. Досягнення економічного або соціального ефекту пов'язане з необхідністю здійснення поточних і одноразових витрат. До поточних відносяться витрати, що включають у собівартість продукції. Одноразові витрати – це авансовані кошти на створення основного і приріст оборотного капіталу в формі капітальних вкладень, які дають віддачу лише через деякий час.

Ефективність виробництва являє собою комплексне відбиття кінцевих результатів використання всіх ресурсів виробництва за певний проміжок часу. Вона проявляється у підвищенні продуктивності праці, найбільш повному використанні виробничих потужностей, сировинних і матеріальних ресурсів, досягненні найкращих результатів за найменших витрат.

Таблиця 23.1

Традиційна система показників ефективності виробництва.

Узагальнюючі показники	***Показники ефективності використання***		
	праці (персоналу)	***виробничих засобів***	***фінансових коштів***
- виробництво чистої продукції на одиницю витрат ресурсів; - прибуток на одиницю загальних витрат; - рентабельність виробництва; - витрати на 1 грн товарної продукції; - частка приросту продукції за рахунок інтенсифікації виробництва; - загальногосподарський ефект на одиницю продукції	- темпи зростання продуктивності праці; - частка приросту продукції за рахунок зростання продуктивності праці; - відносне вивільнення працівників; - коефіцієнт використання корисного фонду робочого часу; - трудомісткість одиниці продукції; - зарплатомісткість одиниці продукції	- загальна фондовіддача (за обсягом продукції); - фондовіддача активної частини основних засобів; - рентабельність основних засобів; - фондомісткість одиниці продукції; - матеріаломісткість одиниці продукції; - коефіцієнт використання найважливіших видів сировини і матеріалів	- оборотність оборотних коштів; - рентабельність оборотних коштів; - відносне вивільнення оборотних коштів; - питомі капітальні вкладення (на одиницю приросту потужності або продукції); - рентабельність капітальних вкладень; - строк окупності капітальних вкладень

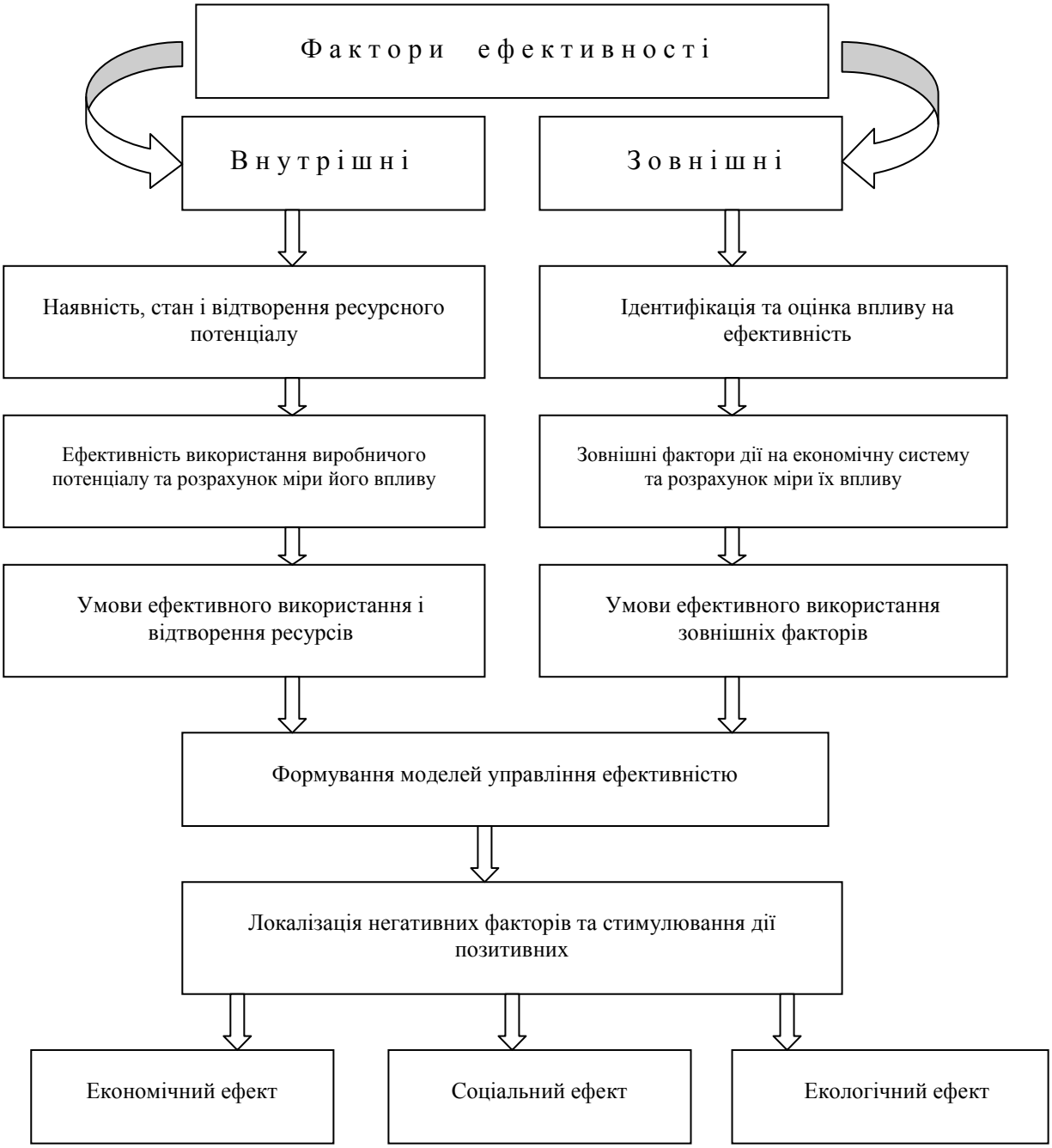


Рис. 23.1. Механізм підвищення ефективності функціонування підприємства.

Кінцевим результатом виробничо-господарської діяльності підприємства за певний проміжок часу є чиста продукція, тобто новостворена вартість, а кінцевим фінансовим результатом його комерційної діяльності – прибуток.

Оцінка економічної ефективності часто здійснюється шляхом зіставлення результатів виробництва з витратами:

$$\text{Ефективність} = \frac{результат_виробництва}{ресурси(витрати)} \qquad (23.1)$$

Досягнення високих результатів господарювання підприємства можливе завдяки виявленню та нейтралізації негативних факторів та стимулюванню дії

позитивних, зокрема удосконалення організаційної структури, збалансування виробничого потенціалу, впровадження нових технологій. Реалізація внутрішніх і зовнішніх факторів підвищення ефективності діяльності підприємств має забезпечити отримання не лише економічного ефекту, але й соціального та екологічного.

2. Чинники зростання ефективності виробництва.

1. Матеріали і енергія. Проблема економії та зменшення споживання сировини, матеріалів, енергії повинна бути під постійним контролем на підприємствах з матеріаломістким і енергомістким виробництвом. Ресурсозбереження на таких підприємствах реалізується шляхом запровадження маловідходної та безвідходної технології, збільшення виходу корисної продукції чи енергії з одиниці використовуваного матеріалу, використання дешевих видів сировини, підвищення якості матеріалів за допомогою первинної обробки, заміна імпортних матеріальних ресурсів аналогами вітчизняного виробництва, раціоналізація управління виробничими запасами, а також розвитку ефективних джерел постачання.

2. Вироби. Самі вироби, їх якість та дизайн також є важливими чинниками ефективності. Передові підприємства постійно контролюють втілення своєї технічної переваги у конкретних виробах, що користуються великим попитом на ринку. Окрім того, пропоновані підприємством для продажу вироби мають появитися на ринку в потрібному місці, в потрібний час і за прийнятною ціною.

3. Працівники. Основним джерелом і визначальним чинником зростання ефективності виробництва є працівники – керівники, підприємці, спеціалісти, робітники. Продуктивність їх праці багато в чому визначається прийомами праці, технікою, особистим умінням, знаннями, відношенням до праці та здатністю виконувати ту чи іншу роботу. Ділові якості працівників найбільш повно можуть проявитися в умовах потужної та гнучкої мотивації. Продуктивність праці буде зростати тоді, коли керівництво підприємства матеріально і морально заохочує до використання творчі здібності усіх категорій працівників, проявляє інтерес до їх особистих життєвих проблем, сприяє створенню і підтриманню комфортного соціального мікроклімату в трудовому колективі.

4. Організація системи. Єдність трудового колективу, раціональність у делегуванні повноважень і норм в управлінні підприємством забезпечують необхідну спеціалізацію і координацію виробничих і управлінських процесів, отже, й вищий рівень ефективності (продуктивності) діяльності. Однією з причин недостатньої продуктивності підприємства як складної виробничо-економічної системи є занадто жорстка її організаційна структура, надмірне відокремлення підрозділів за професійними групами або функціями. Тому система повинна бути динамічною і гнучкою, періодично реорганізованою у відповідності з новими завданнями, що постають перед підприємством при зміні ситуації.

5. Методи роботи. Наукова організація праці в усіх підрозділах підприємства мусить, наприклад, зробити ручну працю більш продуктивною за рахунок удосконалення способів виконання трудових операцій, застосовуваних механізмів та інструментів, правильної організації робочих місць. Для удосконалення методів праці на підприємстві дуже важливим є постійний аналіз трудових операцій і використання робочого часу, систематична атестація робочих місць, узагальнення і використання нагромадженого на інших споріднених підприємствах позитивного досвіду, організація навчання різних категорій працівників прогресивним прийомам праці, усунення дублювання у роботі.

6. Стиль управління. Значний внесок у зростання ефективності виробництва може забезпечувати сучасна правильно організована система управління, під контролем якої знаходяться ресурси і результати діяльності підприємства. Невід'ємною частиною такої системи є стиль управління, в якому поєднані професійна компетентність, діловитість і висока етика взаємовідносин між людьми, впливає практично на всі види і напрямки діяльності підприємства.

Сьогодні великого поширення набув підхід до оцінки ефективності бізнесу на **основі визначення ринкової вартості компанії**. Ця технологія розвивається багатьма науковцями і втілена у багатьох популярних методиках. Одним із найбільш вдалих (з позицій управління) підходів до оцінки ефективності діяльності компанії є доробок доктора К. Куросави (модель ***Balanced Scorecard***), який дає змогу проаналізувати минулий досвід господарювання і спланувати найближче майбутнє.

Базова ідея концепції – у стислій, структурованій формі, у вигляді системи показників представити керівництву найважливішу для нього інформацію. Ця інформація, з одного боку, має бути компактною, а з іншого боку, повинна відображувати всі основні сторони діяльності компанії. У класичному варіанті цієї концепції вся інформація розбивається на чотири взаємопов'язаних блоки: "**Фінанси\Економіка**", "**Ринок\Клієнти**", "**Бізнес-процеси**" та "**Інфраструктура\Співробітники**".

У межах моделі Balanced Scorecard усі чотири згаданих вище блоки зв'язуються між собою стратегічним причино-наслідковим ланцюжком: кваліфіковані, мотивовані, згуртовані в єдину команду співробітники, використовують розвинену інфраструктуру (інформаційні системи, обладнання, технології), забеспечують необхідну системі якість бізнес-процесів. Налагоджені бізнес-процеси (низький процент браку, швидка обробка і виконання замовлення клієнта, якісна сервисна підтримка) забезпечують задоволення клієнтів, досягнення конкурентних переваг і успіх компанії на ринку. Маркетингові успіхи компанії, у свою чергу, є запорукою її фінансових успіхів. Зворотній ланцюжок моделі Balanced Scorecard розкручується у зворотній бік таким чином: причини незадовільних значень фінансово-економічних показників слід шукати в блоці "Ринок\Клієнти", незадоволеність

клієнтів означає наявність проблем у блоці "Бізнес-процеси", а корені проблем з бізнес-процесами знаходяться у блоці "Інфраструктура\Співробітники".

Одна з базових ідей, покладених в основу даної моделі – це ідея вимірюваності. Усі фактори, важливі для управління підприємством, мають бути так чи інакше виміряні і представлені у вигляді показників (індикаторів). Приклад системи показників на основі методології Balanced Scorecard представлений нижче.

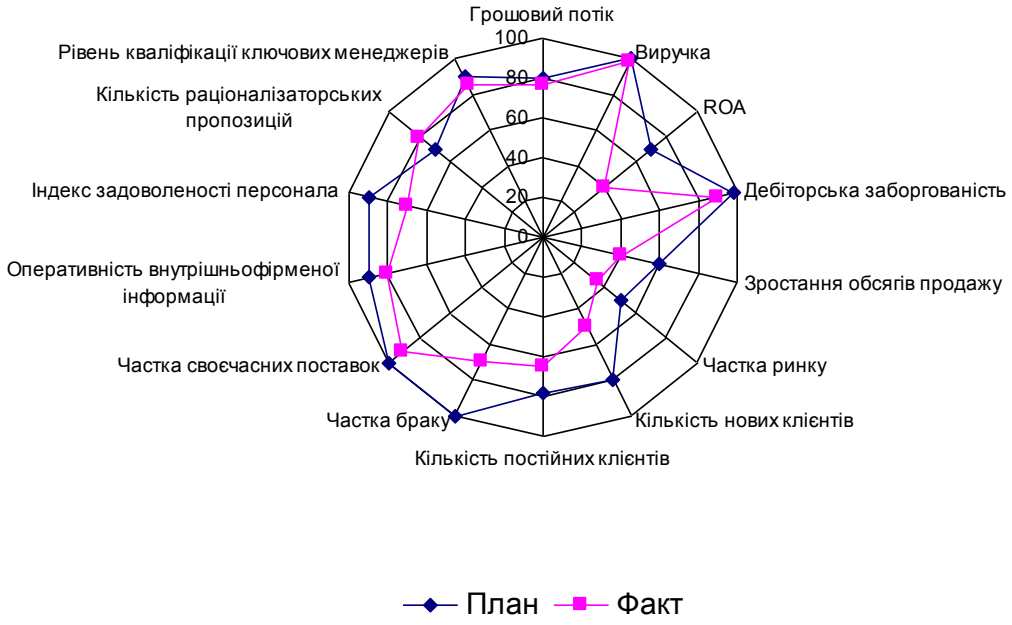


Рис. 23.2. Система показників на основі методології Balanced Scorecard.

3. Інтегральна оцінка ефективності діяльності підприємства.

Інтегральний показник ефективності діяльності ($E_д$) відображає середній результат ефективності використання матеріальних ($E_{м.р}$), фінансових ($E_{ф.р}$) та трудових ресурсів ($E_{т.р}$):

$$E_д = \sqrt{E_{м.р} \times E_{ф.р} \times E_{т.р}} \; ; \qquad (23.2)$$

$$E_{м.р} = \sqrt{K_{ОЗ} \times K_{ОК}} \; ; \qquad (23.3)$$

$$E_{ф.р} = \frac{П}{ОЗ + ОК + ФОП} \; ; \qquad (23.4)$$

$$E_{т.р} = \frac{СОД}{ФОП} \; ; \qquad (23.5)$$

де $K_{ОЗ}$ – інтегральний показник ефективності використання основних засобів;
$K_{ОК}$ – інтегральний показник ефективності використання оборотних коштів;
П – прибуток до оподаткування;
ОЗ – середньорічна вартість основних засобів;
ОК – середньорічний залишок оборотних коштів;
ФОП – річний фонд оплати праці;

СОД – сукупний обсяг діяльності.

4. Конкурентоспроможність підприємства та методи її визначення.

Конкурентоспроможність загалом можна визначити як спроможність певного об'єкта (товару, підприємства, країни) займати визначену ринкову нішу. Конкурентоспроможність характеризує ступінь відповідності цього об'єкта ринковим потребам:

- для товару – пропозиції і попиту на нього;
- для підприємства – можливості забезпечити конкурентні переваги;
- для країни – вибору оптимальної соціально-економічної моделі розвитку.

Отже, **конкурентоспроможність підприємства** – це його комплексна порівняльна характеристика, яка відбиває ступінь переваг над підприємствами-конкурентами по сукупності оціночних показників діяльності на певних ринках, за певний проміжок часу.

Конкурентоспроможність підприємства суттєво залежить від конкурентоспроможності продукції і навпаки.

Відмінності цих категорій:

а) конкурентоспроможність продукції визначається для кожного її виду, а конкурентоспроможність підприємства охоплює всю номенклатуру;

б) конкурентоспроможність продукції визначається в межах порівняно короткого періоду часу, а конкурентоспроможність підприємства – тривалого;

в) рівень конкурентоспроможності підприємства цікавить насамперед його власника з метою визначення доцільності виробництва в існуючих умовах, а споживача це не цікавить, проте дуже цікавить ціна та якість продукції.

Конкурентоспроможність конкретного підприємства можна оцінювати шляхом порівняння власних конкурентних позицій з кількома підприємствами-конкурентами на певному ринку. Порівняння може стосуватися таких оціночних параметрів як:

- технології;
- потенційні можливості обладнання;
- рівень кваліфікації персоналу;
- система управління;
- рівень інновацій;
- стан комунікацій;
- рівня маркетингової політики;
- експортно-імпортні можливості та інші параметри.

Найважливіші фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства:

1. Конкурентоспроможність продукції.

2. Здатність до адаптації в умовах змін зовнішнього середовища (швидка адаптація забезпечується комплексом технічних, технологічних, інтелектуальних, організаційних та економічних характеристик).

Основні методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства представлені нижче:

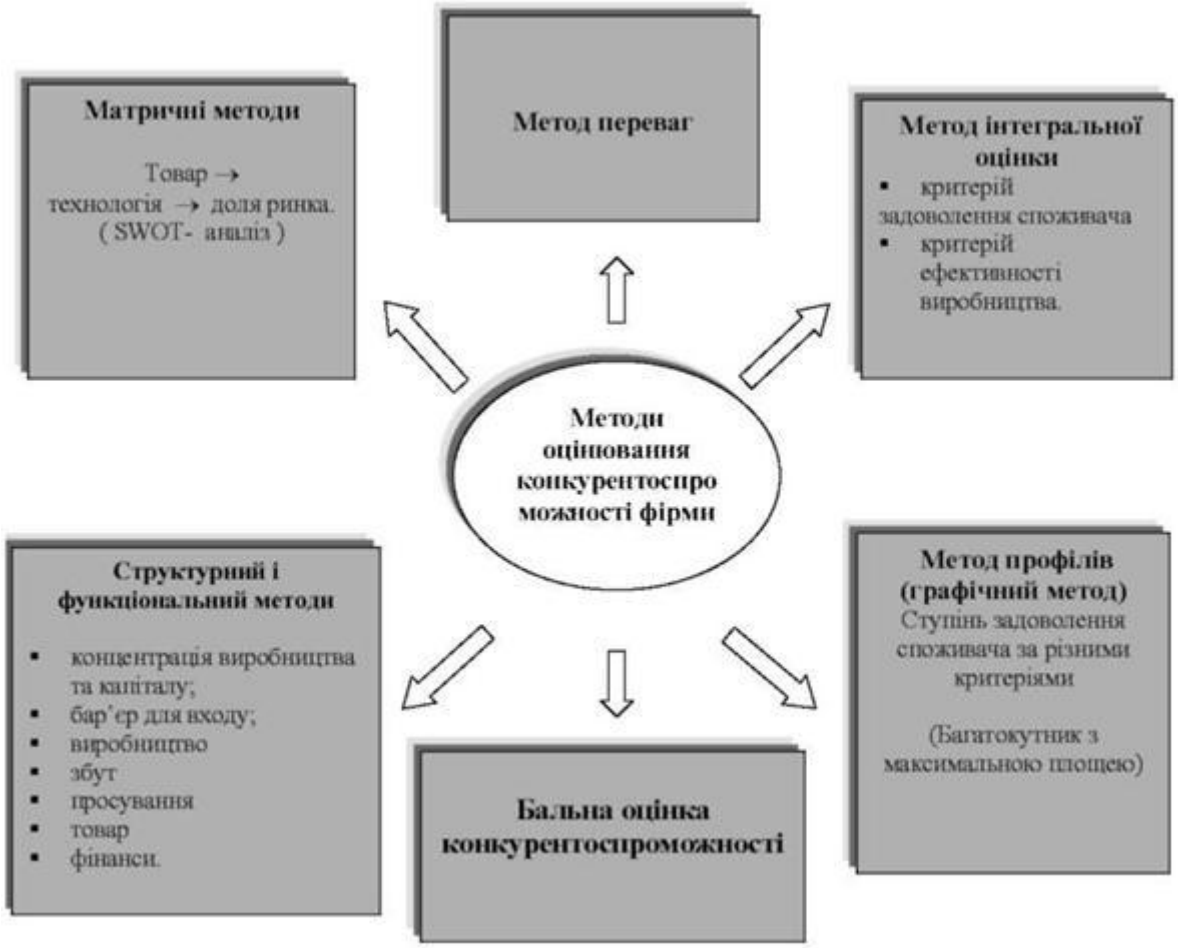


Рис. 23.3. Основні методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

1. Методи, побудовані на основі теорії міжнародного поділу праці (теорія порівняльних переваг). Виявляють порівняльні переваги підприємства, які б забезпечили нижчі витрати ніж у конкурентів.

2. Методи побудовані на основі теорії ефективної конкуренції:

а) структурний підхід до визначення конкурентоспроможності підприємства – за рівнем монополізації, тобто за рівнем концентрації капіталу, за бар'єрами входу у галузь тощо;

б) функціональний підхід – мається на увазі, що конкурентоспроможність вища на тих підприємствах, де краще організовано виробництво, збут, управління фінансами тощо.

3. Методи, що побудовані на залежності конкурентоспроможності підприємства від якості продукції, або якості і ціни. Що вища якість і нижча ціна товару, тим вища його конкурентоспроможність, а, разом із нею і конкурентоспроможність підприємства.

4. Матричні методи, побудовані на стадіях ЖЦТ (матриці "Бостонської консалтингової групи"; І. Ансоффа; McKinsey; Shell; конкурентних стратегій; М.Портера; А. Томпсона; А.Дж.Стрикленда; Хофера– Шендлера).

5. Метод інтегральної оцінки конкурентоспроможності підприємства, де інтегральний показник містить два параметри: ступінь задоволення потреб споживачів і ефективність виробництва.

6. Графічні методи. Конкурентоспроможність підприємства оцінюють за якістю продукції. За його допомогою виявляють різні критерії задоволення потреб споживачів щодо будь-якого продукту, встановлюють їх ієрархії та порівняльну важливість у межах тих характеристик, які мають змогу оцінити споживачі, а також вимірюють техніко-економічні характеристики досліджуваного продукту і порівнюють їх з характеристиками продуктів-конкурентів. При цьому будують графічно багатокутник чи радар конкурентоспроможності або профілі підприємств-конкурентів. Ці методи не враховують ефективності виробничої діяльності підприємства і є прийнятними лише для підприємств, що випускають один вид продукції.

7. Методи, побудовані на основі теорії рівноваги фірми і галузі А.Маршалла та теорії факторів виробництва. 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. Показники у межах теорії рівноваги: відносна вартість ресурсів, обладнання, процентна ставка за кредити, відносна зарплата тощо. Класичними факторами виробництва є: *робоча сила* (усі розумові й фізичні здібності людей), *земля* (природні багатства), *капітал* (наявні, вироблені засоби виробництва, фінансовий капітал) і *підприємництво*, яке об'єднує попередні фактори.

Спільний недолік усіх методів – вони мало пристосовані до умов України, а ефективність їх застосування висока лише в повноцінній ринковій економіці.

5. Резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Резерви використання ринкової ситуації	**Резерви використання організаційного потенціалу підприємства**	**Резерви використання виробничо-технологічного потенціалу підприємства**
- використання податкових пільг; - використання державних дотацій, субсидій, кредитів, інвестицій; - використання державних програм по забезпеченню конкурентоспроможності; - використання державної системи страхування діяльності; - правильний вибір цільового ринку і його сегменту;	- підвищення ефективності реклами, внутрішньовиробничої логістики і збуту товару; - використання науково-технічного та інтелектуального потенціалу підприємства (патентно-правова робота, винахідництво, стимулювання корисної ініціативи, інноваційних змін); - резерви сертифікації;	- ефективне використання основних засобів (робочі площі, інструменти, економія сировини, якість продукції, підвищення вимог до її надійності, економічність, дизайн); - вдосконалення технології виробництва; - вдосконалення мктеріально-технічного забезпечення; - поліпшення монтажних та

- правильне визначення умов діяльності на цільовому ринку; - адекватне реагування на зміни ринкового середовища	- застосування післяпродажного сервісу; - використання маркетингового потенціалу підприємства	пусконалагоджувальних робіт; - поліпшення вантажно-розвантажувальних робіт і транспортних послуг

Контрольні питання

1. Що є кінцевим фінансовим результатом комерційної діяльності підприємства?
2. Що є кінцевим результатом виробничо-господарської діяльності підприємства?
3. Чим обумовлена ефективність роботи виробничих підприємств?
4. Що відносять до внутрішніх факторів ефективності?
5. Що відносять до зовнішніх факторів ефективності?
6. Що відображає показник ефективності діяльності підприємства?
7. З яких основних блоків складається модель Balanced Scorecard?
8. Показати їх взаємозв'язок.
9. Які основні чинники конкурентоспроможності підприємства?
10. Які відмінності конкурентоспроможності товару і підприємства?
11. Які резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства у ринковій діяльності?
12. Які резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства у сфері його організаційного потенціалу?
13. Які резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства у сфері виробничо-технологічного потенціалу?
14. Хто і з якою метою здійснює оцінку конкурентоспроможності підприємства?
15. Перелічити основні групи методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

Тести

1. За місцем одержання виокремлюють ефект виробництва ...
   а) економічний, соціальний, екологічний
   б) локальний, загальногосподарський
   в) первинний, мультиплікаційний
   г) абсолютний, порівняльний.

2. Кінцевим результатом виробничо-господарської діяльності підприємства за певний проміжок часу є:
   а) отриманий дохід
   б) обсяг виробленої продукції
   в) чиста продукція
   г) валовий дохід.

3. Кінцевим фінансовим результатом комерційної діяльності підприємства за певний проміжок часу є :
   а) отриманий дохід
   б) чиста виручка

в) чистий прибуток
г) обсяг реалізованої продукції.

4. До узагальнюючих показників ефективності виробництва відносять ...
а) витрати на 1 грн товарної продукції
б) темпи зростання продуктивності праці
в) фондомісткість одиниці продукції
г) оборотність оборотних коштів.

5. До внутрішніх факторів ефективності функціонування підприємства відносять:
а) міжнародна економічна політика
б) ринкові відносини, наявність конкуренції
в) досконалість функціонування ринкової інфраструктури в середині країни
г) наявність, стан і відтворення його ресурсного потенціалу.

6. До зовнішніх чинників зростання ефективності виробництва відносять ...
а) матеріали та енергію
б) вироби
в) стиль управління
г) прийнятне податкове навантаження.

7. Що означає конкурентоспроможність на рівні підприємства?
а) зростання попиту на певні види товару
б) зростання пропозиції певного товару
в) вибір оптимальної соціально-економічної моделі розвитку
г) забезпечення конкурентних переваг.

8. До методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства відносять методи, побудовані на:
а) основі теорії міжнародного поділу праці
б) залежності від якості продукції
в) теорії Хофера– Шендлера
г) стадіях життєвого циклу товара.

9. До матричних методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства відносять матриці:
а) І. Ансоффа
б) М.Портера
в) білінійних (квадратичних) форм
г) діагональні.

10. Інтегральний показник ефективності діяльності відображає середній результат ефективності використання ... ресурсів.
а) матеріальних
б) фінансових
в) трудових
г) потенціальних

24. СУЧАСНІ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

1. Розвиток підприємства та його основні форми.
2. Моделі життєвих циклів і розвитку підприємств.
3. Сучасні моделі розвитку підприємств у структурі стратегічного управління.

1. Розвиток підприємства та його основні форми.

Розвиток – це незворотня, направлена, закономірна зміна будь-якої системи. Наявність трьох властивостей дозволяє виокремити процеси розвитку серед інших змін:

1) зворотність змін характеризує процеси функціонування (циклічне відтворення постійної системи функцій);
2) відсутність закономірностей властиве випадковим процесам катастрофічного типу;
3) при відсутності направленості зміни не можуть накопичуватися і тому процес позбувається характерної для розвитку єдиної, внутрішньовзаємозв'язаної лінії; в результаті розвитку виникає новий якісний стан об'єкта, який проявляється у зміні його складу або структури (тобто виникнення, трансформація або зникнення його елементів і зв'язків).

Суттєвою характеристикою процесів розвитку є час, оскільки розвиток відбувається у реальному часі і лише час виявляє його направленість.

Виокремлюють дві форми розвитку – *еволюційну* (поступові кількісні та якісні зміни) і *революційну* (стрибкоподібний перехід від одного стану до іншого) або розглядають *прогресивний* і *регресивний* розвиток.

Розвиток підприємства може бути обумовлений:

- зміною зовнішнього середовища (економіка, політика, етика, культура тощо);
- зміною внутрішнього середовища (перехід на нові технології, переміщення працівників тощо);
- потребами та інтересом людини і суспільства;
- старінням і зношенням матеріальних елементів (устаткування, технології);
- зміною екології;
- технічним прогресом;
- глобальним станом світової цивілізації.

2. Моделі життєвих циклів і розвитку підприємств.

Розвиток організації у часі можна змоделювати у термінах життєвого циклу. Методологічною основою для вивчення життєвого цикла організації є теорія її рівноваги з середовищем. Динамічний характер рівноваги робить таку організаційну структуру як фірма стійкою, дає їй змогу існувати у часі й

просторі. Якщо ж виникає стійкий нерівноважний стан, то це може означати лише одне – початок процесу руйнування фірми з подальшою її ліквідацією.

Існує багато факторів, які впливають на середній вік життя економічної організації і в кожній ситуації ступінь їх впливу різна. До них відносять: масштаб організації, галузева приналежність, тип вироблюваної продукції, ступінь комбінування, диверсифікації, горизонтальної та вертикальної інтеграції, технічний рівень, загальний стан національної та світової ринкової кон'юнктури, успішність менеджмента (структура, стратегія, імідж, корпоративна ідеологія, корпоративна культура, рівень витрат і рентабельності тощо).

Одна з таких моделей, яку запропонував **Л.Грейнер** у 1972 р., описує етапи життєвого шляху підприємства. На думку Л.Грейнера для побудови моделі організаційного розвитку найбільше значення мають такі ключові фактори:

- вік підприємства;
- розмір підприємства;
- етапи еволюції;
- етапи революції;
- темпи зростання галузі.

Було послідовно виділено п'ять етапів (стадій) еволюції на життєвому шляху підприємства.

Стадія 1. Зростання через креативність. Підприємець забезпечує потужний рівень креативу, намагаючись втілити свою ідею у життя і змусити решту працівників повірити у неї. Поступово організація зростає і підприємець втрачає контроль над діяльністю його підлеглих. Однієї ідеї вже замало, потрібне професійне керування справою. Необхідність у делегуванні повноважень стає дедалі актуальнішою. Настає *криза лідерства*.

Стадія 2. Зростання через директивне керівництво. Професійні менеджери вибудовують організаційну структуру, в якій прописані численні функції та конкретні зони відповідальності. З'являються системи формальних комунікацій, заохочень, покарань, контролю. Зростаюче підприємство починає диверсифіковувати діяльність і розширюватися. Проте жорстка функціональна структура починає показувати свій негатив. На нижніх рівнях не вистачає інформації і свободи для швидкої реакції на зміни зовнішнього середовища. Настає *криза автономії*, яка вирішується лише шляхом делегування повноважень.

Стадія 3. Зростання через делегування. На зростаючому підприємстві значною владою наділяють керівників окремих бізнес-одиниць і географічних напрямів. З'являються зовсім нові, унікальні системи мотивації праці (бонуси, участь у прибутках тощо). Середній ланці менеджерів делегують достатні владні повноваження для проникнення на нові ринку і розвитку нових продуктів. Верхівка підприємства зосереджується на загальному стратегічному розвитку і поступово втрачає контроль над зростаючою і ускладненою організацією. Менеджери на місцях часто витрачають більше часу і ресурсів на

досягнення цілей, які встановлені для їх підрозділа, іноді ці цілі протирічать цілям підприємства. Проте вони не можуть бути просто і швидко змінені. Настає *криза контролю*, яка вирішується шляхом розвитку програм координації.

Стадія 4. Зростання через координацію. Координація полягає в тому, що слабоцентралізовані підрозділи об'єднуються у продуктові групи, вводиться складна система розподілення інвестиційних коштів підприємства між його окремими бізнес-одиницями. Значно розширюється штаб-квартира, де розробляються потужні системи планування і контролю виконання плану. Проте право приймати основні виробничі рішення залишається на місцях. Поступово підприємство стикається з проблемою занадто складної системи планування і розподілення коштів, надмірного завантаження системи контролю. Його реакція на зміни зовнішнього середовища уповільнюється, що викликає падіння рівня організаційної ефективності. Настає *криза тяганини.*

Стадія 5. Зростання через співробітництво. Підприємство усвідомлює бюрократизованість усієї системи управління й організаційної структури і робить спроби зробити її більш гнучкою. Вводяться внутрішні команди консультантів, які не керують підрозділами, а допомагають керівникам професійними порадами. Заохочуються будь-які нові ідеї і критика старої системи. Штаб-квартира скорочується за чисельністю і знижує рівень постійного контролю. Теоретично на цьому етапі може бути введена матрична структура управління підприємством.

Розвиваючи ідеї Л.Грейнера, **І.Адизес** припустив, що динаміка організаційного розвитку має циклічний характер. Цю ідею він заклав в основу теорії життєвих циклів організації. Згідно з моделлю І.Адизеса у процесі життєжіяльності організації можна виділити 10 закономірних послідовних етапів:

1) виходжування;
2) немовляцтво;
3) дитинство;
4) юність;
5) розквіт;
6) стабілізація;
7) аристократизм;
8) ранішня бюрократія;
9) пізня бюрократія;
10) смерть.

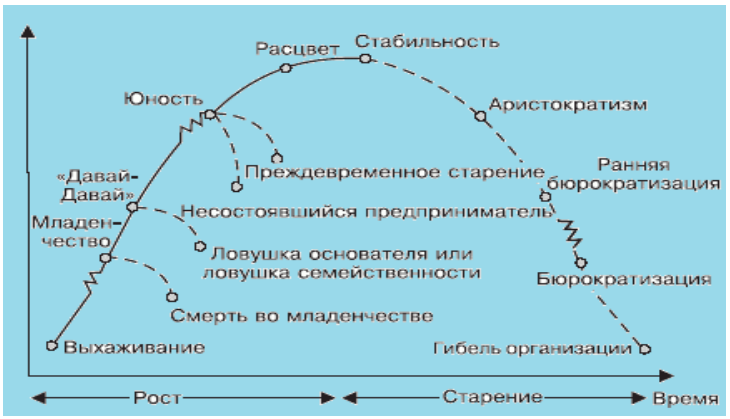


Рис. 24.1. Послідовні етапи процесу життєжіяльності організації.

Моделі, пов'язані з життєвим циклом, здатні дати системне уявлення про організаційні проблеми і внутрішні відносини. По-перше, вони дозволяють прогнозувати розвиток подій і виникнення критичних ситуацій, відповідно дають змогу підготуватися до них належним чином. По-друге, ці моделі

детально описують те, що відбувається в середині організації, виявляючи закономірні, природні явища і відхилення, що допомагає менеджеру зосередитися на вирішенні реальних проблем.

Описані у них концепції життєвих циклів – один із найпотужніших і часто використовуваних у реальному житті інструментів. Такі моделі є центральними при проведенні організаційної діагностики, оскільки здатні дати системне уявлення про організаційні проблеми і відносини в середині підприємства.

Отже, підприємство в процесі функціонування проходить кілька основних стадій: зростання, зрілість, занепад, банкрутство і ліквідація або реструктуризація, санація (рис. 24.2).

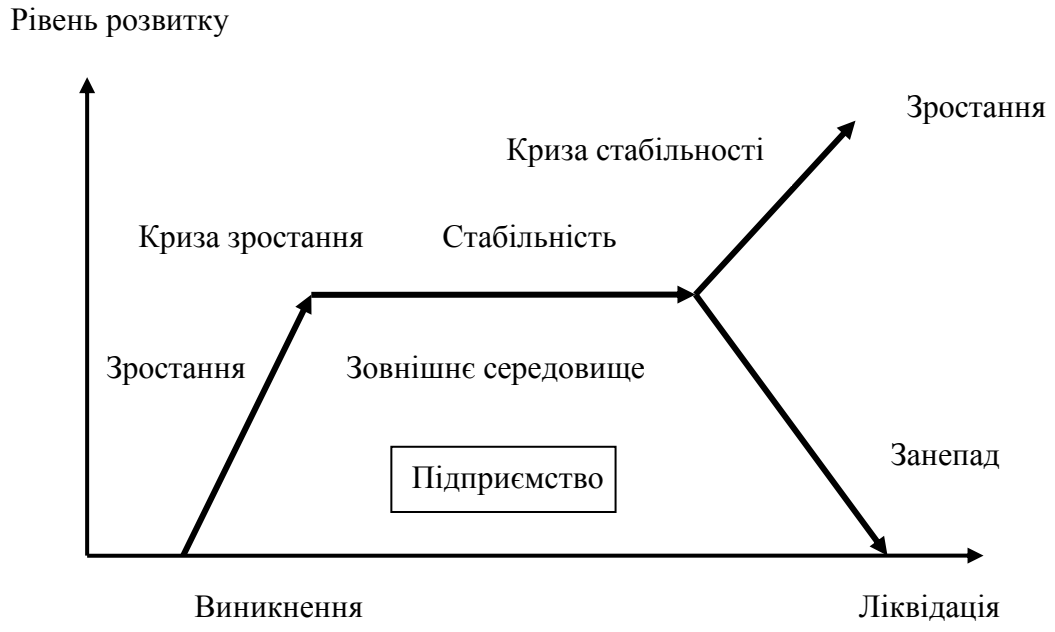


Рис. 24.2. Основні стадії процесу функціонування підприємства.

На початковій стадії відбувається створення підприємства, реєстрація його в органах виконавчої влади. На цій стадії уточнюється сфера діяльності підприємства, визначаються цілі, вибирається стратегія, утворюється його виробнича і організаційна структури, добирається персонал, відбувається закупівля устаткування, сировини, матеріалів, організовується виробничий процес виготовлення продукції. В подальшому відбувається позиціонування продукції підприємства на ринку, триває пошук кращих партнерів, завоювання своєї частки ринка, забезпечується його рентабельна робота.

Наступна стадія зрілості відповідає успішній високоефективній роботі підприємства на основі відлагодженої технології і ораганізації виробництва, прогресивних форм і методів управління, активної маркетингової діяльності.

Якщо підприємство здатне до змін, гнучко реагує на динаміку зовнішнього середовища, швидко адаптується до потреб ринка, то воно може

довго успішно функціонувати, не побоюючись падіння рентабельності й банкрутства.

Якщо ж підприємство несвоєчасно реагує на зовнішні виклики, то справа буде неухильно рухатися до занепаду ділової активності й банкрутству. У такій ситуації допомогти зможуть лише процедури реструктуризації або санації.

3. Сучасні моделі розвитку підприємств у структурі стратегічного управління.

Динамічно-поступальний розвиток вітчизняної економіки віднесено до найвищих пріоритетів державної політики, що зумовлює необхідність вирішення проблем забезпечення сталості інноваційних процесів при визначенні стратегій розвитку підприємств у середньо- і довгостроковій перспективі.

У структурі стратегічного управління організаційним розвитком промислового підприємства виокремлюють такі сучасні моделі: структурно-функціональна, інноваційна, феноменологічна, конфліктна, селекційна. Класифікаційні ознаки, за якими стався цей поділ, стосуються зовнішнього та внутрішнього середовища, а також структури підприємства.

У межах зазначеної класифікації розглянемо деякі моделі.

Структурно-ситуаційна модель (розробники: Дж.Лорш, П.Лоуренс, Дж.Томпсон) передбачає трактування підприємства як складної системи, яка складається з різнорідних і відносно автономних частин, що прагнуть до балансу зі своїми фрагментами середовища (залежно від структурного підрозділу такими фрагментами можуть бути: ринок товарів та послуг, ринок технологій, ринок робочої сили тощо). Подібна адаптація частин підприємства до зовнішнього середовища породжує необхідність у подальшій інтеграції, призводить до появи нових структур. Організаційний розвиток підприємства у такому випадку вважається продуктом свідомого пристосування структури до вимог зовнішнього середовища і визначається як нововведення.

Інноваційна модель (розробники: М. Кіртон, С. М. Сігел, И. Ансофф, Ч. Арджирис, Р. Данкан) передбачає можливість зміни не тільки внутрішнього, але й зовнішнього середовища підприємства. Підприємство трактується як система, що створена під певну мету, постійно реконструюється заради розв'язання нових задач і розглядається через призму впровадження новацій. Інноваційна модель розвитку підприємств передбачає комплексне інтегрування досягнень науки і техніки (інновацій) у виробничі й управлінські процеси.

Селекційна модель (розробники: Х. Олдрих, Дж. Пфеффер, М. Ханнон, Дж. Фримен, Г. Кэррол) розглядає процеси адаптації і селекції у взаємозв'язку. Наприклад, адаптаційне навчання індивідів передбачає відбір серед певних зразків і поведінкових варіацій, адаптація ж на рівні організаційної популяції передбачає відбір серед членів популяції. У даній моделі процес організаційного розвитку являє собою розробку нових комбінацій за рахунок використання раніше вироблених зразків і розглядається як природний процес якісних змін у структурі підприємства, які залежать від

його віку. Організаційний розвиток підприємства відповідно до даної моделі виглядає як процес позитивних якісних змін у колективі підприємства.

Таблиця 24.1

Концептуальні основи розвитку підприємств у сучасних умовах.

Мета розвитку	***Сутність***
Ресурсозабезпеченість	Необхідність наявності матеріальних, трудових, технічних, інфраструктурних можливостей підприємства для впровадження інновацій і реалізації системних перетворень
Ефективність	Динамічне скорочення операційних і невиробничих витрат, збільшення частки виручки від реалізації продукції (послуг), вироблюваної за новітніми технологіями, розширення можливостей накопичення капітала для його реінвестування, підсилення конкурентних позицій підприємства на ринку
Збалансованість	Наявність збалансованої системи оцінки показників фінансово-господарської діяльності підприємства і оцінки ефективності впровадження новацій і системних перетворень, включаючи кількісну і якісну оцінки
Керованість	Відповідність фактичного стану інноваційного процеса проектному (запланованому) стану після зміни системи управління бізнес-процесами
Синхронізація	Синхронізація у часі, у строках і ресурсах впровадження інноваційних процесів і технологій із здійснюваними організаційними перетвореннями

Контрольні питання

1. Які властивості притаманні процесу розвитку?
2. Які форми розвитку існують?
3. Чим може бути обумовлений розвиток підприємства?
4. Які ключові фактори виділив Л.Грейнер у своїй моделі?
5. Як розуміють терміни "прогресивний" і "регресивний" розвиток?
6. Перелічити етапи розвитку підприємства за теорією життєвих циклів організації І.Адизеса.
7. Які можливості відкривають перед дослідниками моделі, пов'язані з життєвим циклом організації?
8. В чому полягає криза лідерства (за моделлю Л.Грейнера)?
9. В чому полягає криза тяганини (за моделлю Л.Грейнера)?
10. Які сучасні моделі розвитку підприємств у системі стратегічного управління вам відомі?
11. Яка сутність структурно-ситуаційної моделі?
12. Яка сутність селекційної моделі?
13. Яка сутність інноваційної моделі?

Тести

1. Підприємство в процесі функціонування проходить кілька основних стадій, а саме:

а) зростання, зрілість, занепад, банкрутство і ліквідація або реструктуризація, санацію;

б) створення, розвиток, ліквідація;

в) підйом, спад.

2. Трактування підприємства як складної системи, яка складається з різнорідних і відносно автономних частин, що прагнуть до балансу зі своїми фрагментами середовища передбачає:

а) структурно-ситуаційна модель;

б) інноваційна модель;

в) селекційна модель.

3. Можливість зміни не тільки внутрішнього, але й зовнішнього середовища підприємства передбачає:

а) структурно-ситуаційна модель;

б) інноваційна модель;

в) селекційна модель.

4. Процеси адаптації і селекції у взаємозв'язку розглядає:

а) структурно-ситуаційна модель;

б) інноваційна модель;

в) селекційна модель.

5. Необхідність наявності матеріальних, трудових, технічних, інфраструктурних можливостей підприємства для впровадження інновацій і реалізації системних перетворень – це:

а) ресурсозабезпеченість;

б) ефективність;

в) збалансованість.

6. Динамічне скорочення операційних і невиробничих витрат, збільшення частки виручки від реалізації продукції (послуг), вироблюваної за новітніми технологіями, розширення можливостей накопичення капіталу для його реінвестування, підсилення конкурентних позицій підприємства на ринку – це:

а) ресурсозабезпеченість;

б) ефективність;

в) збалансованість.

7. Наявність збалансованої системи оцінки показників фінансово-господарської діяльності підприємства і оцінки ефективності впровадження новацій і системних перетворень, включаючи кількісну і якісну оцінки – це:

а) ресурсозабезпеченість;

б) ефективність;

в) збалансованість.

8. Відповідність фактичного стану інноваційного процесу проектному (запланованому) стану після зміни системи управління бізнес-процесами – це:

а) ресурсозабезпеченість;

б) керованість;

в) збалансованість.

9. Синхронізація у часі, у строках і ресурсах впровадження інноваційних процесів і технологій із здійснюваними організаційними перетвореннями – це:

а) ресурсозабезпеченість;

б) керованість;

в) синхронізація.

25. ТРАНСФОРМАЦІЯ І РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ

1. Поняття економічної трансформації підприємства.
2. Різновиди структурних змін та їх характеристика.
3. Реструктуризація підприємств та її різновиди.
4. Організаційно-економічний механізм реструктуризації.

1. Поняття економічної трансформації підприємства.

Неодмінною умовою ефективної діяльності підприємств в умовах ринку є постійний процес їх трансформацій.

Економічна трансформація підприємства – це процес, який включає у себе всі етапи економіко-організаційних змін і перетворень підприємства від поточного стану до бажаного, від моделювання майбутнього стану підприємства до впровадження цих моделей у практику.

Існують зовнішні і внутрішні чинники трансформації: невідповідність цілей; недоліки структури, невідповідність завдань, відсталість технологій, недосконалість структури персоналу, недоліки у забезпеченості ресурсами, негативний вплив споживачів, недоліки постачання, тиск з боку конкурентів, прес державного апарату управління та недосконалість законодавства, не адаптованість інфраструктури ринку, вплив міжнародних подій, несприятливе міжнародне оточення, прискорення науково-технічного прогресу та розвитку технологій, згубна дія політичних та соціально-культурних обставин, негативні зміни у стані економіки. Відповідно трансформація спрямовується на подолання негативного та використання позитивного впливу тих чи інших факторів.

Трансформація підприємств часто розглядається як спосіб подолання кризових явищ у економіці регіону, країни, світу. Такий підхід дослідниками аргументується спостереженням циклічності розвитку підприємницьких структур, ринку, галузі тощо. Трансформація у теорії та практиці часто розглядається у її зв'язку зі стадіями життєвого циклу підприємства, ринку, галузі. Досвід діяльності провідних фірм світу свідчить, що трансформація підприємств часто супроводжує періоди спаду ринкової кон'юнктури та занепаду самого підприємства.

Процеси трансформації підприємства повинні здійснюватися відповідно до проблем, що виникли, без очікування їх загострення й переходу до глибокої кризи. Основні фактори успіху трансформацій:

- швидкість аналізу, управлінських рішень і практичних дій;

- здатність менеджерів аналізувати стан підприємства і причини негативних явищ;
- здатність менеджерів до комплексних перетворень;
- співвідношення фактора часу з наявними ресурсами;
- врахування стратегічних цілей і задач власників;
- врахування інтересів інших зацікавлених сторін.

З урахуванням стадій життєвого циклу ринків та підприємств доцільно вибирати певний напрям, вид та форму трансформацій. Нижче наведена характеристика трансформацій у різних стадіях життєвого циклу розвитку ринку та підприємства (табл. 25.1).

Таблиця 25.1

Трансформації у різних стадіях життєвого циклу розвитку ринку та підприємства

Періоди трансформацій	***Характеристика трансформацій***	***Цілі трансформацій***
Стадія зародження	Забезпечує належну інвестиційну привабливість, належні інвестиції у розвиток і просування продукції на ринку, достатні джерела фінансування в основні засоби, виробничі потужності тощо	Забезпечення перспективності технологій та стандартів, параметрів ринку, потреб споживачів, постачальників, галузевих стандартів, лідерів ринку тощо
Стадія зростання	Спрямована на адекватне зростання підприємства стосовно зростання галузі, ринку, ринкової ніші тощо	Максимальне враховування потенціалу підприємства щодо можливості обслуговування перспективних ринкових ніш, можливості довгострокового кооперування з постачальниками з урахуванням зростання обсягів виробництва
Стадія уповільнення зростання	Створює підґрунтя для подальшого зростання та стабілізації підприємства у період ринкових коливань та жорсткої конкуренції з лідерами ринку	Забезпечення довготривалої прибутковості підприємства та посилення конкурентних позицій
Стадія занепаду	Гарантує мінімізацію ризику щодо падіння обсягів збуту, перспективи зростання або виходу з ринку	Забезпечення адекватних антипоглинальних дії з урахуванням агресивності конкурентів або максимальної вигоди від продажу підприємства

2. Різновиди структурних змін та їх характеристика.

Рівень економічного розвитку промислових підприємств багато в чому визначає економіку всієї країни, оскільки саме в реальному секторі економіки відбувається процес виробництва продукції, вирішуються питання ефективного використання ресурсів (трудових, матеріальних, фінансових, інтелектуальних, інформаційних).

Трансформація підприємства являє собою процес створення і контрольованого збереження таких змін, які дають змогу підприємству адаптуватися до змінюваних умов зовнішнього і внутрішнього середовища. Кінцева мета таких перетворень – стабільність і ефективність функціонування і розвитку підприємства.

Структурні перетворення неоднорідні за ступенем впливу на економічні процеси, серед них виокремлюють такі, які орієнтовані на:

- скорочення трансакційних і операційних витрат – автоматизація основних бізнес-процесів, впровадження енерго- і ресурсозберігаючих технологій, модернізація та заміна устаткування;
- перепроектування і розширення номенклатури вироблюваної продукції та послуг;
- оптимізація організаційної та управлінської структури підприємства – створення системи управління бізнес-процесами, контролю якості, їх сертифікація за принятими стандартами.

Таблиця 25.2

Класифікація можливих структурних змін

Спосіб зміни	***Характер перетворень***
Модернізація	Проведення процесів оновлення промислового потенціалу підприємства за рахунок приведення основних засобів у відповідність до сучасних вимог і норм ведення бізнесу, до технічних умов, показників якості, що забезпечують суттєве зниження енергоспоживання під час випуску продукції
Переозброєння	Технічно-організаційні заходи, спрямовані на підвищення ефективності діяльності структурних підрозділів, окремих промислових комплексів, потокових ліній, усіх об'єктів, що складають єдиний цикл виробництва. Ці заходи мають забезпечити підсилення конкурентних переваг підприємства на ринку за рахунок якісного поліпшення продукції (робіт, послуг) і розширення номенклатури
Реконструкція	Удосконалення технологій випуску продукції за рахунок автоматизації виробничих процесів, впровадження нових технологій, а також часткове або повне оновлення активної частини основних виробничих засобів
Реінжиніринг	Перепроектування і оптимізація бізнес-процесів з метою зменшення операційних видатків, підвищення якості продукції (робіт, послуг), покращення взаємовідносин зі споживачами; створення нових поведінкових і

	управлінських профілей менеджмента, до яких відносяться: виділення центрів відповідальності, надання додаткових повноважень структурним підрозділам і окремим працівникам, стимулювання інновацій тощо
Реструктуризація	Суттєве перетворення структури і організації управління, що включає зміни організаційної структури, системи управління бізнес-процесами, зміни стратегії; перепрофілювання виробничих підрозділів шляхом заміни й модернізації устаткування, оптимізація управління, впровадження сучасних систем аналітичної обробки даних і автоматизованих експертних систем прийняття рішень
Реорганізація	Комплекс заходів, що несуть найбільш кардинальні зміни (розділення, приєднання, виокремлення, скорочення тощо); характеризується переформатуванням юридичної особи з метою отримання додаткового і синергічного ефекту від зміни структури основного і додаткового капітала, реструктуризації балансу, усування дублювання повноважень і функцій, скорочення операційних витрат при збільшенні обсягів виробництва.

Особливої ваги для підприємства набуває правильний вибір форми системних перетворень з урахуванням вибраних напрямків та інструментів вдосконалення інноваційної діяльності, що дозволяє не тільки вийти з кризового стану, але й зайняти провідне становище у своїй галузі.

Розроблення плану системних перетворень на підприємстві будується з урахуванням його особливостей, сильних та слабких сторін, впливу зовнішніх факторів. Оскільки неможливо точно спрогнозувати ринкову ситуацію, то бажано передбачити кілька варіантів розвитку подій і впровадити гнучку систему регулювання реалізації вибраного напряму перетворень.

3. Реструктуризація підприємств та її різновиди.

Прагнення вітчизняних підприємств бути конкурентноздатнішими, ефективнішими, призводить до того, що все більше суб'єктів господарювання усвідомлюють той факт, що ***реструктуризація*** є обов'язковим і необхідним процесом. У зв'язку з цим до вирішення цих проблем звертаються все більше дослідників та практиків.

З огляду на багатогранність трансформаційних процесів слід відзначити, що різновиди реструктуризації підприємств мають не меншу деталізацію. Групування окремих різновидів дозволяє розглядати процес реструктуризації в декількох аспектах. Це формує підґрунтя для класифікації різних видів реструктуризації підприємства (табл. 25.3).

Таблиця 25.3

Класифікація різних видів реструктуризації підприємства.

№	Класифікаційна ознака	Різновид реструктуризації
1.	Залежно від масштабу реформування	фрагментарна, комплексна
2.	За родом перетворень	еволюційна, революційна
3.	За характером перетворень	адаптивна, стратегічна, санаційна
4.	За спрямуванням	технологічна (виробнича), інноваційна
5.	Відповідно підходу до реформування	традиційна, поетапна (кризова, посткризова)
6.	За видом управління	оперативна (антикризова), стратегічна
7.	Залежно від орієнтації на цілі та інтенсивності розробки і реалізації заходів	активна, пасивна
8.	Залежно від масштабів проведення	обмежена, комплексна
9.	За ініціативністю	примусова, добровільна
10.	За об'єктом функціональної сфери діяльності підприємства	управлінська, виробнича, фінансово-інвестиційна, кадрова, комерційна

Фрагментарна реструктуризація спрямована на реформування окремих секторів діяльності підприємства: фінансового, виробничого, маркетингового та інших. Це – короткострокова реструктуризація, головною метою якої є швидка стабілізація діяльності підприємства, спрямована на відновлення ринкових позицій і підвищення конкурентноздатності суб'єкта господарювання загалом.

Комплексна реструктуризація змінює весь механізм функціонування підприємства, проведення її вимагає значних витрат ресурсів і часу.

Еволюційна реструктуризація – є не вимушеним, а запланованим заходом. При її проведенні підприємство корегує свою діяльність відповідно до вимог зовнішнього середовища. Реструктуризацію такого типу здійснюють успішні підприємства з метою збереження і зміцнення своїх конкурентних позицій на ринку.

Революційна реструктуризація супроводжується кардинальними змінами в діяльності підприємства. Її реалізація буває необхідною для підприємства в умовах жорсткої конкуренції.

Адаптивна реструктуризація спрямована на пристосування підприємств до нових ринкових умов функціонування. Вона проводиться у випадках випуску нового товару на ринок, зміни маркетингової стратегії просування товару, зміни ринкової ніші через появу більш сильного конкурента.

Стратегічна реструктуризація є довгостроковою і спрямована на докорінне перетворення вже існуючої стратегії розвитку.

Санаційна реструктуризація здійснюється на підприємствах, що знаходяться в стані затяжної кризи, при існуванні реальної загрози банкрутства. Основною метою її реалізації є фінансова стабілізація діяльності підприємства.

Технологічна реструктуризація полягає в оптимізації частини основних засобів, обладнання, запасів сировини, матеріалів, зміні технологій, технологічних можливостей підприємства щодо асортименту продукції.

Інноваційна реструктуризація полягає у зміні пріоритетності та напрямів інноваційної політики, купівлі-продажу патентів і ліцензій, отриманні сертифікатів якості.

Традиційна реструктуризація складається з трьох основних етапів: аналізу ситуації і розробки проекту реструктуризації; його реалізації; контролю над досягненням запланованих результатів. Вона також є поетапною, проте не враховує таких категорій, як кризовий і посткризовий періоди.

Поетапна реструктуризація. Особливістю поетапної реструктуризації є поділ реалізації процесу реформування на кризовий і посткризовий етапи. При цьому проходження підприємством кожного з етапів супроводжується певною низкою спеціальних заходів.

Кризова реструктуризація є короткостроковою. У процесі її реалізації увага акцентується, насамперед, на фінансових аспектах діяльності підприємства. Основними цілями якої є стабілізація діяльності підприємства і швидке відновлення його прибутковості.

Посткризова реструктуризація – це логічне продовження кризової реструктуризації. Терміни проведення якої регулюються в залежності від ступеня важкості кризової ситуації на підприємстві.

Узагальнений алгоритм процесу реструктуризації підприємства наведено на рис. 25.1.

4. Організаційно-економічний механізм реструктуризації.

Реалізацію процесів реструктуризації забезпечує відповідний механізм. Теоретичною основою формування організаційно-економічного механізму реструктуризації підприємства є *система принципів*:

- наукової обґрунтованості – застосування наукових методів і підходів до управління реструктуризацією підприємства;
- безперервної адаптації – безперервності і послідовності проведення процесів реструктуризації;
- цілеспрямованості – спрямованості і підпорядкованості процесів реструктуризації економічним цілям підприємства;
- відповідальності – високого рівня відповідальності керівників підприємства;
- самоорганізації і самовизначення – ініціативність і проведення реструктуризації повинні йти від самого підприємства.

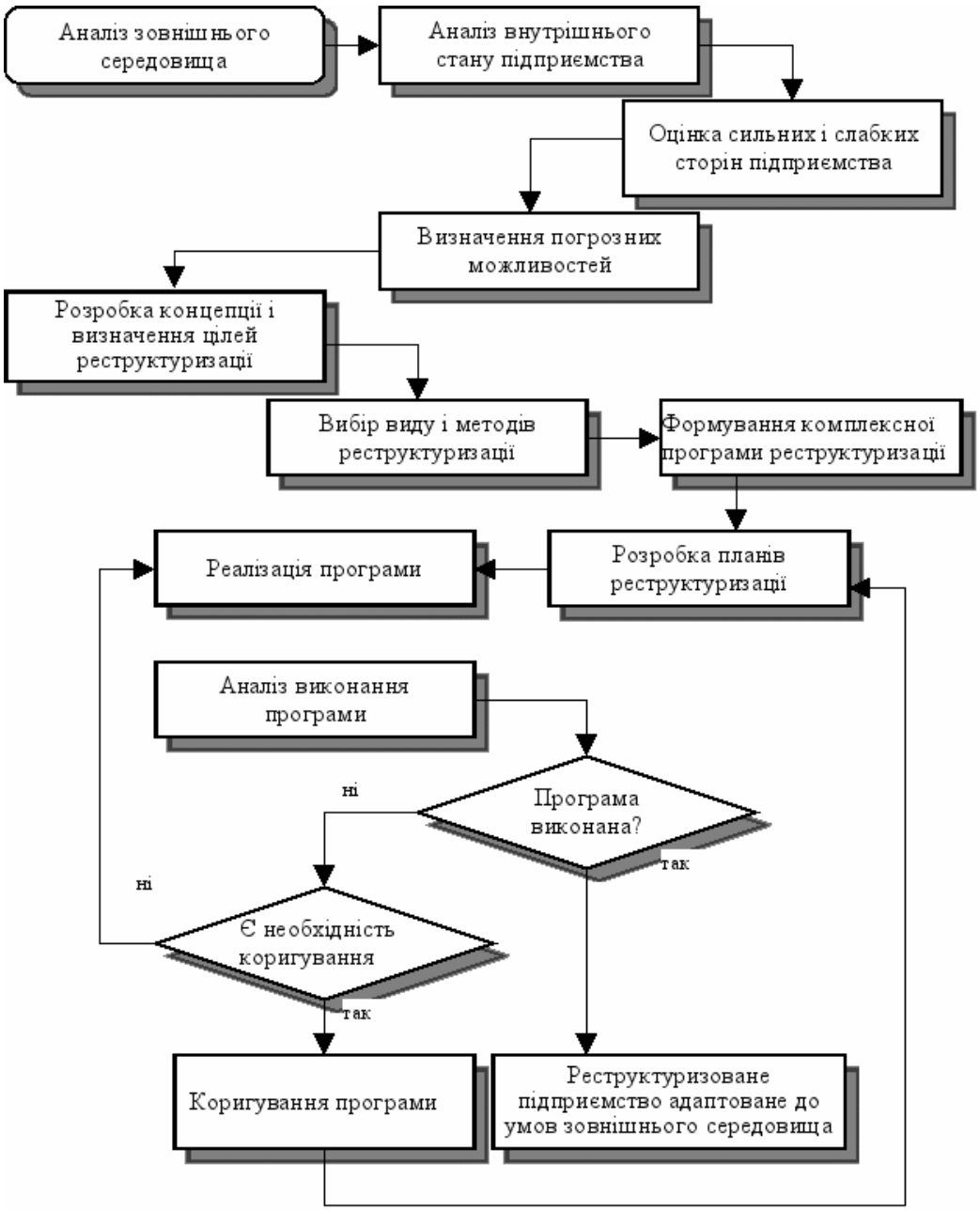


Рис. 25.1. Схема алгоритму процесу реструктуризації підприємства.

Під організаційно-економічним механізмом реструктуризації підприємства розуміють систему, яка визначає порядок виявлення напрямків, розробки і проведення заходів за рахунок якісних змін в організаційній структурі і функціональних сферах діяльності для підвищення ефективності функціонування і розвитку підприємства. Ці функції є, насамперед, функціями управління процесами реструктуризації. Тому організаційно-економічний механізм реструктуризації підприємства є механізмом управління процесами реструктуризації.

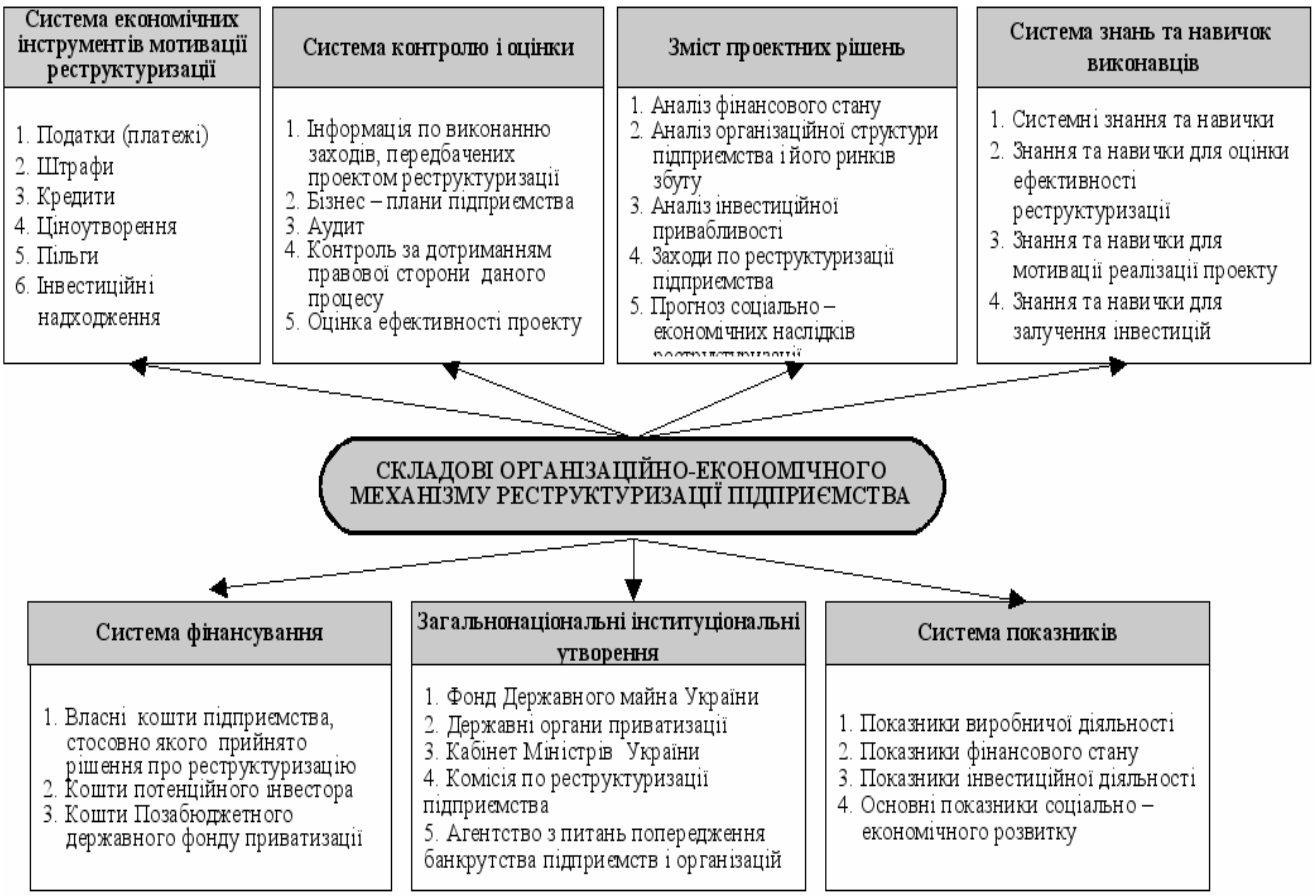


Рис. 25.2. Схема формування організаційно-економічного механізму реструктурізаціїї підприємства за окремими складовими.

Основними елементами організаційно-економічного механізму реструктуризації підприємства є система цілей, структури, методи, моделі та засоби, що використовуються для управління процесами реструктуризації. Організаційно-економічний механізм реструктуризації підприємства не повинен порушувати цілісності системи управління підприємством, тому пріоритет у системі цілей реструктуризації належить економічним цілям підприємства. Такий підхід до визначення організаційно-економічного механізму реструктуризації підприємства обумовлює напрямки та послідовність дослідження процесів реструктуризації, формування й удосконалення даного механізму.

На основі теоретичних і практичних досліджень розроблена схема формування й удосконалення організаційно-економічного механізму реструктуризації підприємства. Організаційно-економічний механізм реструктуризації підприємства є невід'ємною складовою системи управління підприємством, визначається цілями ефективного функціонування та розвитку підприємства і базується на таких положеннях:

- урахування та узгодження інтересів учасників процесів реструктуризації при формуванні системи цілей даних процесів;

- у ході розробки та реалізації заходів реструктуризації варто віддавати перевагу заходам, що мають інноваційний характер;
- використання системи моніторингу, тобто проведення комплексного спостереження і дослідження змін зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства;
- формування і використання системи показників як єдиної інформаційної основи управління процесами реструктуризації;
- проведення комплексного аналізу й оцінки ефективності управління процесами реструктуризації, використання відпрацьованих і експериментально перевірених моделей і методик;
- використання й удосконалення механізму самоорганізації в процесах реструктуризації за рахунок підвищення професійного рівня персоналу управління підприємства;
- розроблення і реалізація стратегії, що визначає напрямки, послідовність та заходи реструктуризації для досягнення цілей підприємства;
- забезпечення соціальної спрямованості процесів реструктуризації, що стосується зміни чисельності та складу колективу підприємства, змісту і умов роботи його членів;
- формування бази знань на підприємстві, що дозволяє вивчати, використовувати і поширювати досвід реструктурованих підприємств.

Контрольні питання

1. Що означає термін "економічна трансформація підприємства"?
2. Перелічити зовнішні і внутрішні чинники трансформацій.
3. Перелічити основні фактори успіху трансформацій.
4. Які цілі та напрями трансформації на стадії життєвого циклу "зародження"?
5. Які цілі та напрями трансформації на стадії життєвого циклу "зростання"? "занепаду"?
6. Що розуміють під організаційно-економічним механізмом реструктуризації підприємства?
7. Яка кінцева мета трансформаційних перетворень?
8. На які процеси в середині підприємства зорієнтовані структурні перетворення?
9. Які різновиди структурних змін частіше за все притаманні підприємствам?
10. Які принципи складають теоретичну основу формування організаційно-економічного механізму реструктуризації підприємства?

Тести

1. Удосконалення технологій випуску продукції за рахунок автоматизації виробничих процесів, впровадження нових технологій, а також часткове або повне оновлення активної частини основних виробничих засобів – це:

а) модернізація

б) реконструкція

в) переозброєння
г) реструктуризація.

2. Проведення процесів оновлення промислового потенціалу підприємства за рахунок приведення основних засобів у відповідність до сучасних вимог і норм ведення бізнесу, до технічних умов, показників якості, що забезпечують суттєве зниження енергоспоживання під час випуску продукції – це:

а) реструктуризація
б) реконструкція
в) реінжиніринг
г) модернізація.

3. Залежно від масштабу реформування реструктуризація буває:

а) технологічною, інноваційною
б) фрагментарною, комплексною
в) еволюційною, революційною
г) оперативною, стратегічною.

4. За об'єктом функціональної сфери діяльності підприємства реструктуризація буває ...

а) традиційна, поетапна
б) примусова, добровільна
в) управлінська, виробнича, фінансово-інвестиційна, кадрова, комерційна
г) адаптивна, стратегічна, санаційна.

5. ... реструктуризація здійснюється на підприємствах, що знаходяться в стані затяжної кризи, при існуванні реальної загрози банкрутства.

а) комплексна
б) стратегічна
в) адаптивна
г) санаційна

6. Застосування наукових методів і підходів до управління реструктуризацією підприємства – це принцип ... організаційно-економічного механізму реструктуризації підприємства.

а) наукової обгрунтованості
б) відповідальності
в) цілеспрямованості
г)самоорганізації

7. Основними елементами організаційно-економічного механізму реструктуризації, що використовуються для управління процесами реструктуризації підприємства є:

а) система цілей
б) методи управління
в) моделі та засоби управління
г) управлінські структури.

8. Організаційно-економічний механізм реструктуризації підприємства по суті є механізмом:

а) визначення виду реструктуризації

б) управління процесами реструктуризації
в) визначення цілі ефективного функціонування та розвитку підприємства
г) формування системи принципів реструктуризації.

9. Складовими організаційно-економічного механізму реструктуризації підприємства є система:
а) контролю і оцінки
б) економічних інструментів мотивації реструктуризації
в) знань та навичок виконавців
г) фінансування.

10. До системи показників як складової організаційно-економічного механізму реструктуризації підприємства відносять показники ...
а) соціально-економічного розвитку регіона
б) інвестиційної діяльності
в) виробничої діяльності
г) комерційної діяльності.

26. БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА

1. Характеристика сучасних умов бізнеса.
2. Поняття про бізнес-моделювання.
3. Відмінності бізнес-моделі від стратегії підприємства.
4. Основні типи бізнес-моделей підприємства.

1. Характеристика сучасних умов бізнеса.

Питання моделювання діяльності підприємства з метою виділення ключових бізнес-процесів є основним для більшості вітчизняних компаній. Сучасні умови ведення бізнеса, які спонукають до створення ефективних бізнес-моделей:

1. Цикл життя продуктів та послуг постійно скорочується (за принципом "якщо ти розумієшся на технології, то вона вже застаріла").
2. Гіперконкуренція (середовище, яке раніше було обмежене національними ринками, де конкурували лише місцеві фірми, перетворилося на глобальний ринок, де конкурують усі за всі ринки і з усіма).
3. Ринок, який керується покупцями, що активно шукають альтернативи, порівнюють пропозиції та вибирають краще.
4. Швидко змінюване середовище функціонування бізнесу (зараз не великий поглинає дрібного, а швидкий малорухомого).
5. Безперервне навчання (знання швидко застарівають, тому важливо не те, що знаєш, а те, як швидко вмієш навчатися).
6. Зміщення акценту з індустріальної економіки, що відмирає, у бік підприємництва, яке рухається за допомогою знань та інновацій.

Попри все різноманіття форм підприємництва – виробничої, комерційної, фінансової, страхової, консалтингової, інжинірингової, реінжинірингової – існують ключові положення, які можуть бути застосовані практично в усіх сферах бізнесу, і для фірм із різними організаційно-правовими формами і структурами управління. Знання цих положень потрібне для своєчасної підготовки до подолання потенційних і реальних загроз у бізнесі, дає змогу зменшити підприємницькі ризики. Отже, вельми актуально на сьогодні звучить висловлювання Ч. Дарвіна: "Виживають не найсильніші і не найрозумніші, а ті, хто швидше адаптуються до змін".

Виживання та успіх сучасного бізнесу забезпечують такі його риси:

- динамічна структура, здатна до адаптації;
- швидкість реакції на зміни;
- використання венчурних стратегій та венчурного управління;
- підприємницьке лідерство;
- стратегічне спрямування;
- наявність стратегічних ал'янсів;
- близькість до покупця;
- злагоджена командна робота;
- системне управління бізнес-процесами;
- ефективна корпоративна система управління інноваціями;
- підприємницька ініціатива.

2. Поняття про бізнес-моделювання.

Ефективним концептуальним інструментом для дослідження такого складного об'єкта як бізнес-системи і такого, що відображає логіку бізнеса, є бізнес-моделювання, яке дозволяє реалізовувати ті ключові положення, які є універсальними при організації будь-якої справи.

Модель – це відтворення чи відображення об'єкту, задуму, опису чи розрахунків, що відображає, імітує, відтворює принципи внутрішньої організації або функціонування, певні властивості, ознаки та характеристики об'єкта дослідження чи відтворення (оригіналу).

Бізнес – це підприємницька діяльність, яка здатна приносити дохід або іншу економічну вигоду.

Бізнес-модель логічно описує, яким чином підприємство щось створює, постачає клієнтам і придбаває вартість – економічну, соціальну та інші.

У широкому розумінні ***бізнес-модель підприємства*** – це сукупність елементів, які характеризують принципову, відмінну від конкурентів логіку його функціонування на основі використання ключових компетенцій для максимально ефективного розподілу стратегічних ресурсів у системі бізнес-процесів з метою створення продукту (послуги), що відповідає пріоритетам споживачів. Основні компоненти бізнес-моделі:

Рис. 26.1. Основні компоненти бізнес-моделі підприємства.

Бізнес-модель підприємства являє собою набір графічних і текстових описів, які дозволяють розуміти сутність процесу управління підприємством. Ці описи допомагають вирішити такі проблеми:

- розробити покроковий план розвитку підприємства;
- сформувати структуру бізнес-функцій підприємства;
- поліпшити співробітництво і взаєморозуміння між виконавчими центрами, центрами прийняття управлінських рішень і відповідальності;
- впровадити корпоративну інформаційну систему управління;
- відкрити можливості та шляхи до сертифікації;
- швидко і ефективно навчати нових працівників (тобто діаграми бізнес-процесів являють собою со суті наочні посадові інструкції);

а також відповісти на питання:

- хто і у якій ролі виконує бізнес-процеси;
- коли і в якій послідовності реалізуються бізнес-процеси;
- в яких організаційних структурах виконуються конкретні бізнес-процеси.

Узагальнюючи сказане, можна визначити процес розроблення бізнес-моделі як опис, що пояснює, як працює підприємство, і дає відповіді на такі питання:

- яка сутність бізнеса?
- яка споживча вартість вироблюваного продукта?
- як заробляються гроші в цьому бізнесі?
- яким чином можна приносити користь клієнтам?

Бізнес-моделі описуються як система, у якій певні частини бізнеса мають сполучатися між собою, тобто в них зазначаються суттєві деталі, необхідні для того, щоб зрозуміти, як бізнес може стати успішним і приносити користь своїм клієнтам і власникам. Проте вони не враховують один із найважливіших для діяльності підприємства чинників – конкуренцію. Робота у цьому напрямку – це розробка стратегії.

3. Відмінності бізнес-моделі від стратегії підприємства.

У кожної компанії стратегії діяльності індивідуальні, а от бізнес-модель може бути абсолютно однаковою.

Відмінності бізнес-моделі від стратегії підприємства:

1. ***Створення цінності та перетворення її у прибуток.*** У той час, коли бізнес-модель описує, як фірма перетворює створену цінність у прибуток, стратегія фокусується на створенні стійкої конкурентної переваги.
2. ***Вартість бізнеса або прибуток акціонера.*** Бізнес-модель створює архітектуру перетворення інновації економічну цінність бізнеса, але не фокусується на тому, як саме вартість бізнеса перетворюється в прибуток для акціонерів (наприклад, методи фінансування не розглядаються у бізнес-моделі, але вони впливають на прибутки акціонерів).
3. ***Передбачуваний рівень знань про бізнес-середовище***. Створення бізнес-моделі не потребує глибоких знань про бізнес-середовище, у той же час розробка стратегії залежить від всебічного глибокого аналізу, що потребує якнайповніших знань про середовище, у якому розвиватиметься бізнес.

Таблиця 26.1

Вибір між основними підходами до розвитку бізнесу.

Використовується підхід, заснований на стратегії	***Використовується підхід, заснований на можливостях***
Відоме зовнішнє середовище	Невідоме зовнішнє середовище
Стабільне зовнішнє середовище	Нестабільне зовнішнє середовище
За основу взяті існуючі компетенції, здібності, продукти й ринки	За основу взяті нові компетенції, здібності, продукти й ринки
Потрібна консолідація	Потрібне швидке зростання
Потрібна стабільність і визначеність	Потрібні зміни, невизначеність прийнятна
Недостатня база для гнучкості, корпоративного венчуринга і швидкості	Міцна база для гнучкості, корпоративного венчуринга і швидкості

4. Основні типи бізнес-моделей підприємства.

До ***основнихі типів бізнес-моделей*** підприємства відносять:

- процесну;
- ресурсну;
- інформаційну;
- матричну;
- компетентнісну.

1. Процесна бізнес-модель.

Процес являє собою горизонтальну інтеграцію робіт (операцій), спрямованих на результат: випуск продукції, надання внутрішніх і зовнішніх послуг, вироблення управлінських впливів тощо.

Процеси існували завжди. На будь-яком підприємстві, якщо воно нормально функціонувало, на вході закуповувалися сировина й матеріали, а на виході вироблювалася продукція, яка доставлялася до споживача.

Можна виділити чотири аспекти, з точки зору яких розглядають бізнес-процес:

1. Функціональний (дає відповідь на питання "Що роблять учасники?").
2. Організаційний (дає відповідь на питання "Хто виконує роботу?").
3. Інформаційний (дає відповідь на питання "Що обробляють учасники?").
4. Поведінковий (дає відповідь на питання "Як працюють учасники?").

Виокремлення цих процесів у спеціальні об'єкти управління знаменує собою перехід від функціонального до процесного підходу в управлінні підприємством.

Якщо при функціональному описі бізнес-системи визначається діяльність у конкретних підрозділах і констатуються процедури взаємодії між ними, то при процесному підході констатуються окремі процеси компанії і розподіляється відповідальність між виконавцями цих операцій у різних підрозділах.

Найбільш поширеною у бізнесі є 8-процесна бізнес-модель (табл. 26.1).

Таблиця 26.1

Характеристика 8-процесної бізнес-моделі.

№	Процес	Об'єкт управління	Опис процесу	Вихідні результати
1	Вироблення узгоджених рішень	Бізнес-процеси, стратегія розвитку	Процес включає усі види діяльності з визначення "правил гри" бізнес-системи (стратегічне планування, вироблення політик, регламентів діяльності, удосконалення організаційної структури компанії)	Регламенти системи управління
2	Відтворення трудових ресурсів	Персонал	Процес включає усі види діяльності, пов'язані з забезпеченням бізнес-системи необхідними компетенціями (знаннями, досвідом, вміннями) та їх носіями (перссоналом)	Персонал, який має необхідний рівень компетенції
3	Матеріально-технічне забезпечення	Ресурси	Процес включає усі види діяльності, спрямовані на отримання із зовнішнього середовища виробничих ресурсів у тій кількості і з тією якістю, яка відповідає вимогам процесу "Виробництво продукції"	Ресурси (комплектуючі, сировина, матеріали, інформація тощо) у виробництві
4	Розробка і модифікація продуктів	Продукція	Процес включає усі види діяльності з розроблення нового продукту, удосконалення виробничих технологій відповідно до вимог системи якості.	Виробничі регламенти
5	Відтворення засобів виробництва	Техніка і технологія	Процес включає усі види діяльності, спрямовані на забезпечення бізнес-системи основними засобами і	Працездатні основні засоби в експлуатації

			обладнанням, які за кількістю і якістю відповідають вимогам цінності, якої потребує зовнішнє середовище	
6	Виробництво продукту	Виробничий цикл	Процес включає усі види діяльності, пов'язані з переробкою ресурсів у готову продукцію в тих обсягах, яких потребує зовнішнє середовище	Готова продукція
7	Просування продукту і продаж	Клієнт	Процес включає усі види діяльності, пов'язані з формуванням потоку зобов'язань між бізнес-системою і зовнішнім середовищем, що спрямовані на постачання зовнішньому середовищу тих цінностей, яких воно потребує	Поток зобов'язань (дебіторська заборгованість, плани підприємства)
8	Фінансування діяльності	Фінанси	Процес включає усі види діяльності, пов'язані з обміном готової продукції на грошові засоби, роботою з дебіторською і кредиторською заборгованостями, розподілом грошових засобів	Чистий грошовий потік

Процесний підхід дозволяє сполучати виробничі можливості великого підприємства з гнучкістю та якістю обслуговування цільових груп клієнтів, які притаманні малому підприємству.

2. Ресурсна бізнес-модель підприємства.

Ресурси – це вхідні дані для виробничого процеса фірми (фінанси, устаткування, індивідуальні вміння співробітників, патенти, талановиті менеджери). Ресурси поділяються на три категорії: *фізичний* капітал, *людський* капітал і *організаційний* капітал.

При ресурсному підході (модель Гранта) підприємство розглядається як сукупність ресурсів і здібностей, які визначають її стратегію і ефективність. Чим більший масштаб діяльності підприємства, тим вищою є ймовірність того, що саме внутрішні ресурси підприємства стануть фундаментом для довгострокової стратегії.

У відповідності з ресурсною моделлю конкурентна перевага компанії створюється на основі її здатності зібрати і використати потрібну комбінацію ресурсів. Стійка конкурентна перевага досягається шляхом постійного розвитку існуючих ресурсів і здатності створення нових у відповідь на швидкі зміни ситуації на ринках.

3. Інформаційна бізнес-модель.

Інформаційну модель часто розглядають у трьох основних аспектах.

1. *Структурний аспект* визначає зв'язки між документами і елементами даних. Тут елементами моделі є бізнес-об'єкти (наприклад, паспорт, клієнт, виріб, послуга) та інформаційні об'єкти (наприклад, замовлення клієнта, кредитна заява, страхова справа, замовлення послуги). Для опису структурного аспекта використовують ієрархічні моделі даних, включаючи методи роботи з ними. При цьому різні документи можуть містити спільні дані, відповідно

інформація, введена в один документ, стає доступною в іншому. Це означає, що інформаційна модель повинна показувати зв'язки між різними документами.

2. *Аспект статичної цілісності* визначає допустимі діапазони числових значень, які можуть приймати дані (наприклад, мінімальні й максимальні значення певного показника).

3. *Аспект динамічної цілісності* дає право бачити і змінювати об'єкти даних на певних кроках бізнес-процесу. Наприклад, при введенні замовлення можна вводити і коригувати інформацію про замовника, але на подальших кроках цю інформацію змінити вже неможливо.

4. Матрична бізнес-модель.

Дозволяє у відносно простій та ефективній формі класифікувати, описати й оптимізувати бізнес-процеси підприємства. У межах матричної моделі підприємство розглядається як елемент мікросередовища, що взаємодіє з двома елементами мікросередовища – ринком покупців і ринком постачальників.

Ресурси, отримані підприємством на ринку постачальників, перетворюються підприємством під час виробничого процеса у продукт (товар, послугу), який несе в собі певну вартість, якої потребує ринок покупців. Для адекватної реакції підприємства на ринкові події на ринку покупців і формування ринкової події на ринку постачальників в моделі мають бути присутні два елементи: продуктова і ресурсна системи.

5. Компетентнісна модель.

В сучасних умовах ведення бізнесу встановлюються високі вимоги до спеціалістів-менеджерів. Від якості їх підготовки та прийняття управлінських рішень залежить доля як невеликих фірм, так і великих підприємств, корпорацій, холдингів.

Можна виділити такі сутнісні характеристики компетентності:

- ефективне використання здібностей, що дозволяє здійснювати професійну діяльність відповідно до вимог обійманого робочого місця;
- оволодіння знаннями, вміннями і здібностями, необхідними для роботи за фахом одночасно з можливістю автономно і гнучко розв'язувати професійні проблеми;
- інтегроване сполучення знань, вмінь та здібностей для здійснення трудової діяльності у сучасному виробничому середовищі;
- швидка, гнучка, адаптивна реакція на динаміку обставин і середовища.

Отже, ключові компетенції керівника, менеджера – це сплав специфічних знань, навичок, вмінь, технологій, що забезпечують створення споживчих цінностей.

Звичайно, процес бізнес-моделювання перебуває у розвитку відповідно до вимог, продиктованих часом. Створення нових бізнес-моделей відбувається під впливом таких чинників:

- культавація попиту;
- продуктивність працівників розумової праці;
- інтелектуальні мережі;
- складність систем на усіх рівнях;

- широкі і безперервні контакти;
- інноваційне створення цінності;
- уповноваження і самолідерство;
- безперервне навчання;
- висока швидкість реакції;
- адаптація до конкретної людини.

Контрольні питання

1. Які сучасні умови ведення бізнеса, які спонукають до створення ефективних бізнес-моделей?
2. Які риси повинен мати сучасний бізнес для забезпечення успішної діяльності?
3. На які питання може відповісти створена бізнес-модель підприємства?
4. В чому відмінність бізнес-моделі від стратегії підприємства при створенні цінності та перетворенні її у прибуток?
5. В чому відмінність бізнес-моделі від стратегії підприємства при створенні вартості бізнеса або прибутка акціонера?
6. Перелічити основні типи бізнес-моделей підприємства.
7. Чим відрізняється функціональний опис бізнес-системи від процесного?
8. Які процеси утворюють 8-процесну бізнес-модель підприємства?
9. Які складові ресурсної бізнес-моделі підприємства?
10. У яких аспектах розглядають інформаційну модель бізнес-процесу?
11. Яка сутність матричної моделі бізнес-процесу?
12. Які сутнісні характеристики має компетентнісна модель бізнес-процесу?

Тести

1. Відтворення чи відображення об'єкту, задуму, опису чи розрахунків, що відображає, імітує, відтворює принципи внутрішньої організації або функціонування, певні властивості, ознаки та характеристики об'єкта дослідження чи відтворення (оригіналу) – це:

а) модель;

б) бізнес;

в) бізнес-модель.

2. Підприємницька діяльність, яка здатна приносити дохід або іншу економічну вигоду – це:

а) модель;

б) бізнес;

в) бізнес-модель.

3. Логічний опис про те, яким чином підприємство щось створює, постачає клієнтам і придбаває вартість – економічну, соціальну та інші – це:

а) модель;

б) бізнес;

в) бізнес-модель.

4. Сукупність елементів, які характеризують принципову, відмінну від конкурентів логіку його функціонування на основі використання ключових

компетенцій для максимально ефективного розподілу стратегічних ресурсів у системі бізнес-процесів з метою створення продукту (послуги), що відповідає пріоритетам споживачів – це:

а) інновації;

б) бізнес;

в) бізнес-модель.

5. До основних типів бізнес-моделей підприємства відносять наступні:

а) процесну, ресурсну, інформаційну, матричну, компетентнісну;

б) інноваційну, інвестиційну;

в) функціональну, організаційну, поведінкову.

6. Підприємство розглядається як сукупність ресурсів і здібностей, які визначають її стратегію і ефективність при наступному підході формування бізнес-моделі підприємства:

а) ресурсному;

б) процесному;

в) функціональному.

7. Сполучення виробничих можливостей великого підприємства з гнучкістю та якістю обслуговування цільових груп клієнтів, які притаманні малому підприємству, характерно для наступного підходу формування бізнес-моделі підприємства:

а) ресурсному;

б) процесному;

в) функціональному.

8. Підприємство розглядається як елемент мікросередовища, що взаємодіє з двома елементами мікросередовища – ринком покупців і ринком постачальників в межах наступної бізнес-моделі:

а) матричної;

б) інформаційної;

в) компетентнісної.

9. Основна увага в цій бізнес-моделі приділяється встановленню високих вимог до спеціалістів-менеджерів, а саме до їх специфічних знань, навичок, вмінь, технологій, що забезпечують створення споживчих цінностей. Це характерно для наступної бізнес-моделі:

а) матричної;

б) інформаційної;

в) компетентнісної.

10. Бізнес-модель, яку часто розглядають у трьох основних аспектах, а саме: структурному аспекті, аспекті статичної цілісності та аспекті динамічної цілісності називають:

а) матричною;

б) інформаційною;

в) компетентнісною.

27. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА

1. Економічна безпека підприємства та її цілі.
2. Характеристика основних складових економічної безпеки.
3. Напрями організації економічної безпеки на підприємстві.
4. Функції служби безпеки підприємства.

1. Економічна безпека підприємства та її цілі.

У ринкових умовах господарювання підприємство, як відкрита система, функціонує у складному зовнішньому середовищі, що характеризується нестабільністю та постійною динамікою. Таке середовище змушує керівництво швидко адаптуватися до нових умов, потребує знання законів розвитку та пошуку шляхів виживання в ринковій економіці, врахування чинників невизначеності та нестійкості економічного середовища.

Економічна безпека підприємства характеризує рівень захищеності усіх систем підприємства при здійсненні господарської діяльності в певній ситуації, а саме:

- стан усіх ресурсів підприємства (капіталу, трудових ресурсів, інформації, технологій, техніки, прав) та підприємницьких здібностей, при якому можливе найефективніше їх використання для стабільного функціонування і динамічного науково-технічного та соціального розвитку, здатність запобігати або швидко нівелювати внутрішні та зовнішні загрози;
- сукупність організаційно-правових, режимно-охоронних, технічних, технологічних, економічних, фінансових, інформаційно-аналітичних та інших заходів, спрямованих на усунення потенційних загроз та створення умов для забезпечення ефективного функціонування суб'єктів підприємницької діяльності відповідно до їх цілей та завдань.

Найбільш поширена класифікація загроз – за сферою їх виникнення. За цією ознакою розрізняють зовнішні і внутрішні загрози.

Зовнішні загрози і загрози виникають за межами підприємства, не пов'язані з його виробничою діяльністю, але така зміна навколишнього середовища здатна завдати підприємству збитків. Джерела:

- кримінальні структури;
- промислове шпигунство;
- конкуренти (прямі й непрямі);
- корумповані представники органів влади, правоохоронних органів, контролюючих органів, засобів масової інформації;
- стихійні лиха, аварії, катастрофи тощо.

Внутрішні загрози пов'язані з господарською діяльністю підприємства, його персоналом. Вони зумовлені процесами, що виникають у виробництві та під час реалізації продукції і можуть вплинути на результати бізнесу.

До внутрішніх загроз безпеці підприємства слід віднести:

- протиправні чи інші негативні дії персоналу, що загрожують нормальному функціонуванню та розвитку;

- порушення встановленого режиму захисту інформації з обмеженим доступом для сторонніх осіб;
- порушення порядку використання технічних засобів;
- інші порушення правил режиму безпеки, діловодства тощо, які створюють передумови для реалізації протиправних цілей зацікавлених осіб;
- низький рівень кадрового, організаційно-правового, інформаційно-аналітичного забезпечення управління потенційними ризиками. Джерела:
- керівники організації;
- менеджери середньої ланки;
- працівники фірми;
- працівники служби безпеки.

Головна мета управління економічною безпекою підприємства – забезпечення найефективнішого функціонування, найпродуктивнішої роботи його операційної системи та ощадливого використання ресурсів, забезпечення високого рівня трудового життя персоналу та якості господарських процесів підприємства, а також постійне зміцнення і нарощування наявного потенціалу та його стабільний розвиток.

До основних *функціональних цілей* економічної безпеки підприємства належать:
- забезпечення високої фінансової ефективності роботи, фінансової стійкості та незалежності;
- забезпечення технологічної незалежності та досягнення високої конкурентоспроможності технічного потенціалу;
- досягнення високої ефективності менеджменту, оптимальної та ефективної організаційної структури управління підприємством;
- досягнення високого рівня кваліфікації персоналу та його інтелектуального потенціалу, високої ефективності корпоративних НДДКР;
- мінімізація руйнівного впливу результатів виробничо-господарської діяльності на стан навколишнього середовища;
- якісна правова захищеність усіх аспектів діяльності підприємства;
- забезпечення захисту інформаційного поля, комерційної таємниці і досягнення необхідного рівня інформаційного забезпечення роботи всіх підрозділів підприємства;
- ефективна організація безпеки персоналу підприємства, його капіталу та майна, а також комерційних інтересів.

2. Характеристика основних складових економічної безпеки.

Головна та функціональні цілі зумовлюють формування необхідних структуроутворюючих елементів у загальній схемі організації економічної безпеки.

В досліджених авторських підходах щодо аналізу економічної безпеки підприємства за функціональними складовими можна виділити спільні риси (табл. 27.1). Всі автори виділяють складову, яку називають фінансовою або економічною (комерційною) безпекою. Більшість авторів цю складову ставлять

на перше місце структури. Наступна складова, яку виділяють автори в складі економічної безпеки підприємства – це техніко-технологічна (технологічна, виробнича, виробничо-технічна, техногенна, інвестиційно-технологічна, інноваційно-технологічна, наукова-технічна). Різноманітність назв складової викликана тим, що кожен автор наголошує саме на певних особливостях техніко-технологічної складової економічної безпеки підприємства. Ще одна складова, яка називається авторами по різному – це інтелектуальна і кадрова. Частина авторів розділяє цю складову на дві, а саме: окремо інтелектуальну, окремо – кадрову. Також близько за змістом до цієї складової автори виокремлюють трудову, соціальну і навіть безпеку праці. Політико-правову або правову складову економічної безпеки виділило 8 із 12 авторів. Інформаційну складову виділяють 10 із 12 авторів. Екологічна складова присутня в 11 із 12 розглянутих структур економічної безпеки. Силову або фізичну безпеку включено до 8 структур із 12. Ресурсну складову виділяють 3 автори, а 1 автор виокремлює сировинну складову економічної безпеки. Назви функціональних складових, такі як просторова, майнова, матеріально-технічного забезпечення, корпоративна, збутова зустрічаються в дослідженнях тільки по одному разу. Енергетичну, інтерфейсну та ринкову складові виділили 2 автори із 12.

Таблиця 4

Сучасні підходи щодо аналізу економічної безпеки підприємства за функціональними складовими []

№	Назва функціональної складової економічної безпеки	Покропивний С.Ф.	Сухорукова Т.	Озаріна О.	Ільяшенко С.	Ареф'єва О.	Петрович Й.М.	Круш П.В.	Шульга І.П.	Діденко Є.О.	Камишникова Є.В.	Користін О.Є.	Гічова Н.
1	Фінансова	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
	Економічна (комерційна)											+	+
2	Техніко-технологічна	+	+	+		+		+		+			
	Технологічна				+		+		+				
	Виробнича			+							+		
	Виробничо-технічна												+
	Техногенна						+						
	Інвестиційно-технологічна										+		
	Інноваційно-технологічна												+
	Науково-технічна											+	
3	Інтелектуальна і кадрова	+	+					+		+			+
	Інтелектуальна			+	+	+	+				+		
	Кадрова				+		+		+			+	
	Трудова			+									

	Соціальна		+			+	+					+	+
	Безпека праці					+							
4	Політико-правова	+	+			+		+		+			
	Правова				+		+		+				
5	Інформаційна	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	
6	Екологічна	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
7	Силова	+	+		+	+	+	+		+			
	Фізична											+	
8	Ресурсна		+			+	+						
	Сировинна												+
9	Просторова			+									
10	Ринкова				+		+						+
11	Майнова								+				
	Матеріально-технічного забезпечення										+		
12	Корпоративна								+				
13	Інтерфейсна				+		+						
14	Енергетична						+						+
15	Збутова										+		
	Разом	7	9	8	10	10	14	7	8	7	7	6	9

Необхідно зауважити, що при системному аналізі конкретного підприємства склад функціональних складових та їх питома вага значимості кожної складової може змінюватися в залежності від виду діяльності підприємства та інших зовнішніх та внутрішніх факторів.

Система економічної безпеки підприємства традиційно включає наступні функціональні складові:

1) фінансову;
2) інтелектуальну і кадрову;
3) техніко-технологічну;
4) політико-правову та екологічну;
5) інформаційну;
6) екологічну;
д) силову.

1. Фінансова складова економічної безпеки вважається головною, оскільки за ринкових умов господарювання фінанси є "двигуном" будь-якої економічної системи. Оцінюючи поточний рівень забезпечення фінансової складової економічної безпеки, аналізують фінансову звітність і результати роботи підприємства (організації) – платоспроможність, фінансову незалежність, здатність своєчасно розраховуватися за борговими зобов'язаннями, структуру й використання капіталу та прибутку.

Правильна оцінка фінансових результатів діяльності та фінансово-економічного стану підприємства за сучасних умов господарювання конче потрібна як для його керівництва і власників, так і для інвесторів, партнерів, кредиторів, державних органів. Фінансово-економічний стан підприємства

цікавить також його конкурентів, але в негативному аспекті – вони зацікавлені в ослабленні його позицій на ринку.

Рис. 27.1. Характекристика основних функціональних складових економічної безпеки підприємства.

2. Інтелектуальна і кадрова складові економічної безпеки значною мірою залежить від інтелекту і професіоналізму кадрів, що працюють на підприємстві. За цю складову економічної безпеки має відповідати служба з персоналу підприємства.

Зовнішні загрози:

- мотивація праці у конкурентів краща (може зумовити перехід фахівців до конкурентів);
- тиск на працівників ззовні;
- потрапляння працівників у різні види залежності;
- інфляційні процеси, які не можна не враховувати під час розрахунку заробітної плати і прогнозувати її динаміку.

Крім зовнішніх існують і внутрішні загрози безпеці підприємства, такі, що виникають з боку її власного персоналу. Тут йдеться як про чиюсь халатність, некомпетентність або просту випадковість, так і цілком свідомі крадіжки, саботаж, хабарництво, розголошування комерційної таємниці та інші недобросовісні дії працівників.

3. Техніко-технологічна складова економічної безпеки підприємства характеризує відповідність застосовуваних на підприємстві технологій найкращим світовим аналогам за оптимальних витрат. За цю складову відповідає технологічна служба, яка має контролювати й удосконалювати існуючу технологічну дисципліну та розробляти нові ефективні технології.

До внутрішніх загроз цій складовій належать:

- дії, спрямовані на підрив технологічного потенціалу підприємства;
- неефективна організація виробничого процесу;
- порушення технологічної дисципліни;
- моральне старіння використовуваних технологій;
- недостатня кваліфікація працівників.

До зовнішніх загроз цій складовій належать:

- брак інвестицій;
- труднощі в отриманні довгострокових кредитів банків;
- нестача обігових коштів, які б дозволили спрямовувати їх на оновлення парку обладнання;
- перманентне підвищення цін на енергоносії;
- відсутність довгострокових контрактів із постачальниками.

4. Політико-правова складова економічної безпеки підприємства полягає у всебічному правовому забезпеченні діяльності підприємства, дотриманні чинного законодавства. Вона спрямована на захист від надмірного податкового тиску, нестабільного законодавства, неефективної роботи юридичного відділу підприємства. Цією роботою має займатися юридична патентно-ліцензійна служба, яка здійснює правове забезпечення діяльності підприємства, юридичне опрацювання договірної документації, ведення судових і арбітражних розглядів, правове навчання персоналу, контролює порушення норм патентного права тощо.

До зовнішніх загроз цій складовій належать:

- недостатня правова захищеність інтересів підприємства в договірній та іншій діловій документації;
- низька кваліфікація працівників юридичної служби;
- порушення юридичних прав підприємства та його працівників;
- порушення норм патентного права;
- відсутність правових гарантій у разі насильницького відчуження власності, блокування рахунків підприємств та ін.

До внутрішніх загроз цій складовій належать:

- непродумані норми внутрішнього розпорядку;
- некваліфіковані посадові інструкції, розпорядження.

5. Інформаційна складова економічної безпеки підприємства полягає у здійсненні ефективного інформаційно-аналітичного забезпечення його господарської діяльності:

1) збиранні всіх видів інформації про діяльність того чи іншого суб'єкта господарювання;

2) аналізі одержаної інформації та прогнозуванні тенденцій розвитку науково-технологічних, економічних процесів на підприємствах конкурентів;

3) прогнозуванні тенденцій розвитку власних науково-технологічних, економічних процесів;

4) оцінці рівня економічної безпеки за всіма складовими та загалом, розробці рекомендацій для його підвищення.

Від якості інформаційної складової економічної безпеки (повноти й точності інформації) великою мірою залежить ефективність процесу прийняття управлінських рішень.

6. Екологічна складова економічної безпеки підприємства має гарантувати захист його від руйнівного впливу природних, техногенних чинників, а також наслідків власної господарської діяльності. Повені, землетруси, смерчі, зсуви ґрунту, лавини можуть завдати величезної шкоди майну підприємства, здоров'ю працівників. На практиці передбачити природні катастрофи неможливо, однак потрібно вжити всіх заходів, щоб наслідки стихійних лих були мінімальними для підприємства. Техногенні катастрофи виникають унаслідок використання фізично зношених основних засобів, незапланованого вимкнення електроенергії або через низьку кваліфікацію і безвідповідальність працівників. Екологічні збитки можуть істотно впливати на фінансовий стан фірми.

У результаті господарської діяльності підприємство саме може стати джерелом небезпеки для навколишнього середовища. До внутрішніх чинників, які погіршують його екологічну безпеку, належать: помилки, допущені на стадії проектування нових виробів, шкідливих для здоров'я людей, прорахунки під час розроблення і впровадження нових технологій; штрафи за забруднення довкілля та незаконно створені звалища тощо.

7. Силова складова економічної безпеки підприємства полягає в гарантуванні фізичної безпеки його працівників і збереженні його майна. До основних негативних впливів на цю складову належать фізичні й моральні впливи на конкретних особистостей з метою заподіяти шкоду їх здоров'ю та репутації, що становить загрозу нормальній діяльності підприємства, на якому вони працюють.

Негативні впливи, що завдають шкоди майну підприємства, несуть загрозу зниження вартості його активів і втрати економічної незалежності (дезінформація, знищення інформації). Причинами цих негативних явищ є:

- нездатність підприємств-конкурентів досягти переваг коректними методами ринкового характеру, тобто за рахунок підвищення якості власної продукції, зниження поточних витрат, удосконалення маркетингових досліджень ринку тощо;

- кримінальні мотиви одержання злочинними юридичними (фізичними) особами доходів через шантаж, шахрайство або крадіжки;

- некомерційні мотиви посягань на життя та здоров'я керівників і працівників підприємства (організації), а також на майно фірми.

Протидією цим негативним впливам повинна займатися служба охорони підприємства. Її обов'язок – забезпечення фізичного захисту керівництва підприємства, організація пропускного режиму, здійснення охорони приміщень, ліній зв'язку й устаткування.

3. Напрями організації економічної безпеки на підприємстві.

Організація економічної безпеки включає такі напрями:

- формування необхідних корпоративних ресурсів (капіталу, персоналу, прав інформації, технології та устаткування);
- загальностратегічне і загальнотактичне прогнозування та планування економічної безпеки за окремими функціональними складовими;
- стратегічне і тактичне планування фінансово-господарської діяльності підприємства;
- оперативне управління фінансово-господарською діяльністю підприємства;
- здійснення функціонального аналізу рівня економічної безпеки;
- загальна оцінка досягнутою рівня економічної безпеки.

Отже, основними елементами організації системи економічної безпеки підприємства є:

1) захист комерційної таємниці та конфіденційності інформації;
2) комп'ютерна безпека;
3) внутрішня безпека;
4) безпека будинків і споруд;
5) фізична безпека;
6) технічна безпека;
7) безпека зв'язку;
8) безпека господарсько-договірної діяльності;
9) безпека перевезень вантажів та осіб;
10) безпека рекламних, культурних, масових заходів, ділових зустрічей та переговорів;
11) протипожежна безпека;
12) екологічна безпека;
13) радіаційно-хімічна безпека;
14) конкурентна розвідка;
15) інформаційно-аналітична робота;
16) експертна перевірка механізму системи забезпечення.

4. Функції служби безпеки підприємства.

Функції, що покладаються на службу безпеки підприємства:

- захист законних прав та інтересів підприємств та їх співробітників;

- збірання даних, їх аналіз, прогнозування і оцінювання оперативної ситуації та різноманітних ризиків на підприємстві, в організації, установі;

- вивчення та перевірка партнерів, клієнтів і конкурентів;

- своєчасне виявлення можливих посягань на об'єкт чи його співробітників з боку джерел зовнішніх загроз безпеці;

- недопущення проникнення на об'єкт структур промислового шпіонажу, злочинних формувань чи осіб із протиправними намірами;

- протидія технічному проникненню на об'єкта чи його комунікаційні системи;

- захист співробітників об'єкта від насильницьких посягань;

- виявлення, запобігання можливій протиправній чи іншій негативній діяльності співробітників суб'єкта підприємництва на шкоду його безпеці;

- збереження матеріальних цінностей, відомостей з обмеженим доступом;

- пошук та здобування необхідної інформації для прийняття оптимальних управлінських рішень з питань стратегії і тактики подальшої підприємницької діяльності;

- фізичну і технічну охорону будов, споруд, територій, транспортних засобів;

- формування в засобах масової інформації у партнерів та клієнтури позитивного іміджу про суб'єкт підприємницької діяльності, що повинно сприяти реалізації бізнес-проектів;

- відшкодування матеріальних та моральних збитків, спричинених неправомірними діями юридичних чи фізичних осіб;

- організація і забезпечення пропускного та внутрішньо-об'єктного режиму в приміщеннях; порядок несення служби; контроль дотримання вимог режиму персоналом підприємства і партнерами (відвідувачами);

- участь у розробці основоположних документів (статуту, правил внутрішнього розпорядку, договорів тощо) з метою відображення в них вимог організації безпеки й захисту (комерційної таємниці):

- розробка та здійснення заходів із забезпечення роботи з документами, що містять відомості, які є комерційною таємницею, контроль виконання вимог матеріалів інструктивного характеру;

- виявлення і перекриття можливих каналів витоку конфіденційної інформації, облік та аналіз порушень режиму безпеки працівниками підприємства, клієнтами та конкурентами;

- організація та проведення службових розслідувань за фактами розголошення або втрати документів, інших порушень безпеки підприємства;

- розробка, оновлення і поповнення переліку відомостей, що становлять комерційну таємницю, та інших нормативних актів, які регламентують порядок організації безпеки й захисту інформації;

- забезпечення суворого виконання вимог нормативних документів з питань захисту комерційної таємниці;

- організація та регулярне проведення навчання працівників підприємства й служби безпеки за всіма напрямами захисту комерційної таємниці;

- ведення обліку сейфів і металевих шаф, якщо в них дозволене постійне чи тимчасове зберігання конфіденційних документів, а також облік та охорона спеціальних приміщень і технічних засобів;

- підтримка контактів із правоохоронними органами та службами безпеки сусідніх підприємств (організацій) в інтересах вивчення криміногенної обстановки в районі;

- контроль за ефективністю функціонування системи безпеки.

Контрольні питання

1. Дати визначення економічної безпеки підприємства.
2. Які фактори впливають на економічну безпеку підприємства?
3. Перелічити структурні елементи (складові) економічної безпеки.
4. Дати характеристику фінансової складової економічної безпеки.
5. Дати характеристику інтелектуальної та кадрової складових економічної безпеки.
6. Дати характеристику техніко-технологічної складової економічної безпеки.
7. Дати характеристику політико-правової складової економічної безпеки.
8. Дати характеристику інформаційної складової економічної безпеки.
9. Дати характеристику екологічної складової економічної безпеки.
10. Дати характеристику силової економічної безпеки.
11. Які заходи гарантування фінансової складової економічної безпеки?
12. Які заходи гарантування інтелектуальної та кадрової складових економічної безпеки?
13. Які заходи гарантування техніко-технологічної складової економічної безпеки?
14. Які заходи гарантування політико-правової складової економічної безпеки?
15. Які заходи гарантування інформаційної складової економічної безпеки?
16. Які заходи гарантування екологічної складової економічної безпеки
17. Які заходи гарантування силової економічної безпеки?

Тести

1. Рівень захищеності усіх систем підприємства при здійсненні господарської діяльності в певній ситуації характеризує:

а) економічна безпека;

б) стратегічне планування;

в) інвестиційна політика.

2. Загрози, які пов'язані з господарською діяльністю підприємства, його персоналом, називають:

а) внутрішніми загрозами;

б) зовнішніми загрозами;

в) ризиками діяльності підприємства.

3. Забезпечення найефективнішого функціонування, найпродуктивнішої роботи його операційної системи та ощадливого використання ресурсів, забезпечення високого рівня трудового життя персоналу та якості господарських процесів підприємства, а також постійне зміцнення і нарощування наявного потенціалу та його стабільний розвиток – це:

а) місія підприємства:

б) головна мета управління економічною безпекою підприємства;

в) забезпечення технологічної незалежності підприємства.

4. Система економічної безпеки підприємства традиційно включає такі функціональні складові:

а) фінансову, інтелектуальну і кадрову, техніко-технологічну, політико-правову та екологічну, інформаційну, екологічну, силову;

б) економічну, соціальну, екологічну;

в) інноваційну та інвестиційну.

5. Аналіз фінансової звітності і результатів роботи підприємства (організації), а саме: платоспроможності, фінансової незалежності, здатності своєчасно розраховуватися за борговими зобов'язаннями, структури й використання капіталу та прибутку, необхідно проводити для розрахунку рівня наступної складової економічної безпеки:

а) фінансової;

б) техніко-технологічної;

в) силової.

6. Служба з персоналу підприємства відповідає за формування наступної складової економічної безпеки:

а) фінансової;

б) техніко-технологічної;

в) інтелектуальної і кадрової.

7. Відповідність застосовуваних на підприємстві технологій найкращим світовим аналогам за оптимальних витрат характеризує наступна складова економічної безпеки:

а) фінансова;

б) техніко-технологічна;

в) силова.

8. Всебічне правове забезпечення діяльності підприємства та дотримання чинного законодавства характеризує наступна складова економічної безпеки:

а) фінансова;

б) політико-правова;

в) силова.

9. Здійснення ефективного інформаційно-аналітичного забезпечення його господарської діяльності характеризує наступна складова економічної безпеки:

а) фінансова;

б) політико-правова;

в) інформаційна.

10. Захист підприємства від руйнівного впливу природних, техногенних чинників, а також наслідків власної господарської діяльності характеризує наступна складова економічної безпеки:

а) фінансова;

б) політико-правова;

в) екологічна.

ЛІТЕРАТУРА

1. Господарський кодекс України від 16.01 2003 р. № 436-IV [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua

2. Податковий кодекс України № 2755- VI від 2.12.2010 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua

3. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV зі змінами та доповненнями, останні з яких внесені Законом України від 03.11.2004 р. № 2146 – IV. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua

4. Закон України «Про інвестиційну діяльність» [Електронний ресурс]/ Верховна Рада України. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua

5. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 4.07.2002 № 4-IV [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua

6. Закон України «Про авторське право та суміжні права» від 23.12.93 р. № 3792 – XII зі змінами та доповненнями. – Господарське судочинство в Україні: Суд. практика, Захист прав інтелектуальної власності / Упор.: В.С. Москаленко та ін. – К.: Концерн «видавничий Дім «Ін Юре», 2004. – С. 448.

7. Закон України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі» від 15.12.1993.р. № 3687-XII зі змінами та доповненнями. – Господарське судочинство в Україні: Суд. практика, Захист прав інтелектуальної власності / Упор.: В.С. Москаленко та ін. – К.: Концерн «видавничий Дім «Ін Юре», 2004. – С. 504.

8. Закон України «Про охорону прав на промислові зразки для товарів і послуг» від 15.12 1993 р. № 3688 – XII із змінами і доповненнями. – Господарське судочинство в Україні: Суд. практика, Захист прав інтелектуальної власності / Упор.: В.С. Москаленко та ін. – К.: Концерн «видавничий Дім «Ін Юре», 2004. – С. 550.

9. Закон України « Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» від 15.12 1993 р. № 3689 – XII із змінами і доповненнями. – Господарське судочинство в Україні: Суд. практика, Захист прав інтелектуальної власності / Упор.: В.С. Москаленко та ін. – К.: Концерн «видавничий Дім «Ін Юре», 2004. – С. 575.

10. Закон України «Про охорону прав на зазначення походження товарів» від 16.06 1999 р. № 752 – XIV із змінами і доповненнями. – Господарське судочинство в Україні: Суд. практика, Захист прав інтелектуальної власності / Упор.: В.С. Москаленко та ін. – К.: Концерн «видавничий Дім «Ін Юре», 2004. – С. 602.

11. Закон України «Про охорону прав на топографії інтегральних мікросхем» від 5.11.1997 р. № 621/97 –ВР із змінами і доповненнями. – Господарське судочинство в Україні: Суд. практика, Захист прав інтелектуальної власності / Упор.: В.С. Москаленко та ін. – К.: Концерн «видавничий Дім «Ін Юре», 2004. – С. 629.

12. Закон України « Про охорону прав на сорти рослин» від 21.04.1993 р. № 3116 – XII із змінами і доповненнями. – Господарське судочинство в Україні: Суд. практика, Захист прав інтелектуальної власності / Упор.: В.С. Москаленко та ін. – К.: Концерн «видавничий Дім «Ін Юре», 2004. – С.653.

13. Економіка підприємства. Програма, завдання та методичні вказівки для виконання контрольної роботи студентів заочної форми навчання напряму підготовки 6.140102 «Побутове обслуговування» / Упор. Лойко В.В., Лойко Д.М. - К.: КНУТД. – 2011. – 23 с.

14. Бондар Н.М. Економіка підприємства: Навч. посіб. – 2-ге вид., доп. – К.: А.С.К., 2005. – 400 с.

15. Березін О.В. Економіка підприємства: навч. посіб. / Березін О.В., Березіна Л.М., Бутенко Н.В. – К.: Знання, 2009. – 390 с.

16. Волков О.І. Легка промисловість України: стан, проблеми, перспективи розвитку / Волков О.І., Гончаров Ю.В., Бокій В.І. та ін. За ред. О.І. Волкова, Ю.В. Гончарова. – К.: Т-во «Знання» України, 2009. -391с.

17. Горбонос Ф.В. Економіка підприємства [текст]: підручник для студ. вищих навч. закладів / Горбонос Ф.В., Черевко Г.В., Павленчик Н.Ф. - К.: Знання, 2010. – 463с.

18. Гічова Н.Ю. Діагностика та підвищення економічної безпеки підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. : спец. 08.00.04 ”Економіка та управління підприємствами (металургія)” / Н.Ю. Гічова. – Дніпропетровськ, 2010. – 20 с.

19. Гетьман О.О. Економіка підприємства: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. / Гетьман О.О., Шаповал В.М. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 488 с.

20. Гетьман О.О. Економіка підприємства. - К.: Центр учбової літератури, 2010. – 480 с.

21. Гринчуцький В.І. Економіка підприємства: навч. посіб./ Гринчуцький В.І., Карапетян Е.Т., Погріщук Б.В. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 304с.

22. Діденко Є.О. Теоретико-методичні засади управління економічною безпекою підприємств / Діденко Є.О., Бокій В.І. // Науковий журнал. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – №5. Т.1. – С. 71–75.

23. Економіка підприємства: збірник тестів і задач : навч. посібник / А.В. Шегда, Т.Б. Харченко, Ю.А. Сагайдак, Л.О. Пашнюк. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 240 с.

24. Економічна безпека національної економіки: інвестиційно-інноваційний аспект: Монографія / І.М. Грищенко, М.П. Денисенко, А.П. Гречан, В.В. Лойко та ін.; за заг. ред. чл.-кор. НАПН України, д.е.н., проф. І.М. Грищенка, д.е.н., проф. М.П. Денисенка, д.е.н., проф. А.П. Гречан, к.е.н., доц. В.В. Лойко. – Донецьк: РВВ ДВНЗ «ДонНТУ», 2012. – 430 с.

25. Захарченко В.І. Економіка підприємства: навч. посіб. / Захарченко В.І., Меркулов М.М., Широєва Б.В. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 144с.

26. Іванілов О.С. Економіка підприємства: підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 728 с.

27. Камишникова Е.В. Методи оцінки економічної безпеки промислових підприємств / Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. – Маріуполь, 2010.

28. Користін О.Є. Економічна безпека: навч. посібник / Користін О.Є., Барановський О.І, Герасименко Л.В. та ін. // За ред. О.М. Джужі. – К.: Алерта; КНТ: Центр учбової літератури, 2010. – 368 с.

29. Квасницька Р.С. Фінансова діяльність суб'єктів підприємництва: Навч. посібник. – 2013. – 631 с.

30. Круш П.В. Економіка підприємства: навч. посіб. / За ред. П.В. Круша, В.І. Подвігіної, Б.М. Сердюка. – К.: Ельга-Н, КНТ, 2007. – 780 с.

31. Кровов'язюк І.В. Економічна діагностика: навчальний посібник: – К.: ЦУЛ, 2013. – 450 с.

32. Лойко В.В. Державне регулювання економічної безпеки на регіональному рівні /В.В. Лойко// Монографія.- Донецьк: ЛАНДОН – XXI, - 2013. – 324с.

33. Лойко Д.М. Функціональні складові економічної безпеки інноваційно активного промислового підприємства / Д.М. Лойко // Теоретико методологічні основи інвестиційно-інноваційної безпеки національної економіки України: Монографія / за ред. чл.-кор. НАПН України. д.е.н., проф. І. М. Грищенка, д.е.н., проф. В.М. Узунова, д.е.н., проф. М.П. Денисенка, 2013. – С. 298-315.

34. Маслак О.І. Економіка промислового підприємства: навч. посібник / О.І. Маслак, Л.Д. Воробйова. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 172 с.

35. Менеджмент: підручник / Т.Л. Мостенська, В.О. Новак, М.Г. Луцький, О.В. Ільєнко. – К.: Кондор, 2012. – 758 с.

36. Методологічні основи розвитку постіндустріальної економіки: Монографія / За ред. д.е.н., проф. М.П. Денисенка, д.е.н., проф. А.П. Гречан, к.е.н., доц. В.В. Лойко. – К.: Фітосоціоцентр, 2010. – 688с.

37. Новий курс: реформи в Україні 2010-2015. Національна доповідь /за ред. В.М. Гейця [та ін.]. – К.: НВЦ НБУВ, 2010. -232 с.

38. Озарина О. Оценка составляющих экономической безопасности предприятия / Озарина О., Андрущенко М. // Материалы Международной научно-практической конференции «Проблемы обеспечения экономической безопасности». – Донецк: РИА ДонНТУ, 2001. – С. 105-108.

39. Шульга І.П. Економічна безпека акціонерних товариств як економічна категорія / І.П. Шульга// Академічний огляд. –Дніпропетровськ: ДУЕП. – № 2. – 2010. – С.37-44.