



Міністерство освіти і науки України
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
Факультет економічних відносин та фінансів
Кафедра економіки та бізнесу

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Конспект лекцій

для здобувачів вищої освіти за спеціальністю
292 «Міжнародні економічні відносини»

Харків

2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Державний біотехнологічний університет

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Конспект лекцій

для здобувачів вищої освіти за спеціальністю
292 «Міжнародні економічні відносини»

Затверджено рішенням вченої ради
факультету економічних відносин
та фінансів
Протокол № 4
від 04 листопада 2024 р.

Харків
ДБТУ
2024

УДК 658(042.4)
К 86

Рецензенти:

Чміль Г.Л., доктор екон. наук, проф. Державного біотехнологічного університету

Волосов А.М., канд. екон. наук, доц. Державного біотехнологічного університету

К 86 Економіка підприємства : конспект лекцій для здобувачів вищої освіти за спец. 292 «Міжнародні економічні відносини», ступінь підготовки бакалавр, для денної та заочної форм навчання / О.А. Круглова, О.В. Михайлова. – Електрон. дані. – Х. : ДБТУ, 2024. – 67 с. – Об'єм даних 183 Кб.

Конспект лекцій «Економіка підприємства» складено для здобувачів вищої освіти, які навчаються за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини» денної та заочної форм навчання. Навчальне видання спрямоване на засвоєння теоретичного матеріалу зі сфери формування, функціонування й розвитку економіки підприємства.

УДК 658(042.4)

© Круглова О.А., Михайлова О.В.,
2024

© Державний біотехнологічний
університет, 2024

ЗМІСТ

Вступ.....	6
Тема 1. Підприємство і основи підприємництва.....	7
1. Підприємство, основні функції, мета, цілі функціонування, напрямки та види діяльності.....	7
2. Підприємництво як сучасна форма господарювання.....	9
Тема 2. Зовнішнє середовище господарювання підприємств.....	11
1. Середовище господарювання підприємств, вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємства.....	11
2. Поведінка підприємств у ринковому середовищі	12
Тема 3. Структура та управління підприємством.....	15
1. Структура підприємства.....	15
2. Інфраструктура підприємства.....	16
3. Система управління підприємством.....	17
Тема 4. Планування діяльності підприємства.....	19
1. Сутнісна характеристика планування.....	19
2. Види та методологічні основи планування на підприємстві	20
Тема 5. Виробнича програма і виробнича потужність підприємства.....	23
1. Виробнича програма підприємства та її показники.....	23
2. Розробка виробничої програми підприємства.....	24
3. Види виробничих потужностей. Методика розрахунку.....	25
Тема 6. Основний капітал підприємства.....	27
1. Основний капітал: поняття, класифікація та структура.....	27
2. Види вартості основних фондів.....	28
3. Знос та амортизація основних фондів, методи її нарахування	29
4. Відтворення та використання основних фондів.....	30
Тема 7. Оборотний капітал підприємства.....	31
1. Сутність, структура, джерела формування оборотного капіталу.....	31
2. Нормування оборотного капіталу.....	32
3. Ефективність використання оборотного капіталу.....	34
Тема 8. Персонал, продуктивність персоналу та оплата праці на підприємстві.....	35
1. Персонал підприємства: класифікація і структура.....	35
2. Продуктивність праці та методи її вимірювання.....	36
3. Оплата праці на підприємстві, її форми та системи.....	37
Тема 9. Інвестиції підприємства.....	39
1. Сутність, класифікація та джерела формування інвестицій... ..	39
2. Оцінка ефективності реальних інвестицій.....	40
3. Оцінка ефективності фінансового інвестування.....	41

Тема 10. Інноваційна діяльність підприємства.....	42
1. Сутність інновацій та загальна характеристика інноваційних процесів.....	42
2. Науково-технічний прогрес, науково-технічна революція....	44
3. Організаційний прогрес, організація виробництва і праці.....	45
Тема 11. Техніко-технологічна база підприємства.....	46
1. Характеристика техніко-технологічної бази виробництва. Лізинг як форма оновлення.....	46
2. Організаційно-економічне управління технічним розвитком підприємства	49
Тема 12. Витрати на виробництво та реалізацію продукції.....	50
1. Загальна характеристика витрат.....	50
2. Розробка кошторисів центрів відповідальності.....	52
3. Собівартість продукції, калькуляція.....	52
Тема 13. Прибуток підприємства та рентабельність.....	54
1. Поняття доходу, прибутку підприємства.....	54
2. Рентабельність діяльності підприємства та її види.....	57
Тема 14. Цінова політика підприємства.....	58
1. Ціна: роль та її функції.....	58
2. Цінова система. Види цін. Методи ціноутворення.....	59
3. Цінова політика: цілі, завдання і види.....	60
Тема 15. Товарна політика підприємства.....	62
1. Товарна політика, її сутність, функції та стратегії на підприємстві	62
2. Товарний асортимент і його формування.....	62
3. Товарна марка та її правова охорона.....	64
Список літератури, рекомендований до вивчення курсу «Економіка підприємства».....	66

ВСТУП

«Економіка підприємства» належить до тих навчальних дисциплін, які є базовими загальнообов'язковими для підготовки фахівців більшості спеціальностей у вищих навчальних закладах згідно освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів. Вона передбачає засвоєння студентами теоретичних положень про економіку підприємств різних галузей, а також отримання навичок вирішення конкретних завдань, які пов'язані з різноманітними аспектами діяльності підприємства.

Курс лекцій з дисципліни «Економіка підприємства» складається з тем, які висвітлюють основи функціонування підприємства та тем лекцій, які відображають специфіку ресурсного забезпечення підприємства.

Даний конспект лекцій призначений дати змогу студентам самостійно вивчати питання дисципліни «Економіка підприємства» та проводити перевірку набутих знань. Кожна тема містить перелік теоретичних питань, стислий виклад цих питань, питання для самоконтролю.

ТЕМА 1. ПІДПРИЄМСТВО І ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

1. Підприємство, основні функції, мета, цілі функціонування, напрямки та види діяльності.

2. Підприємництво як сучасна форма господарювання.

1. Підприємство як суб'єкт підприємницької діяльності

Підприємство є основною ланкою економіки на всіх етапах її розвитку.

Підприємство – це самостійний суб'єкт, що хазяює, створеним підприємцем чи об'єднанням підприємців для виробництва продукції, виконання робіт і надання послуг з метою задоволення суспільних потреб і одержання прибутку.

Підприємство як соціально-економічний і правовий інститут має певну сукупність економічних, організаційних і юридичних ознак, за якими кваліфікується як господарюючий суб'єкт і суб'єкт права.

Загальними ознаками підприємства є наступні:

- проведення підприємницької діяльності на власний ризик з виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг та їх реалізація з метою задоволення потреб споживачів та одержання прибутку;

- наявність статусу юридичної особи, ознаками якої є відокремлене майно, можливість від свого імені здобувати майнові права і нести зобов'язання, бути позивачем і відповідачем у суді;

- замкнутої системи обліку та звітності;

- наявність самостійного балансу;

- наявність розрахункових та інших рахунків в установах банків;

- наявність печатки із власною назвою та ідентифікаційного коду;

- відсутність у своєму складі інших юридичних осіб.

Підприємства можуть створюватись як для здійснення підприємництва, так і для некомерційної господарської діяльності. У своєму складі вони не мають інших юридичних осіб.

Дії підприємств у національній економіці також неоднозначні.

По-перше, вони виконують економічні функції, тобто виробляють продукцію та послуги відповідно до потреб домашніх господарств, держави та інших господарюючих суб'єктів. При цьому їх діяльність може бути спрямована або на одержання і збільшення прибутку, або на збільшення економічної влади, займаної ними частки ринку, обсягів виробництва й ін.

По-друге, підприємства (особливо ті, що виробляють продукцію) вирішують широке коло технічних завдань: забезпечення визначених стандартів продукції, розвитку свого технічного потенціалу, тощо.

Третє, діяльність підприємств одночасно спрямована на вирішення складних соціальних задач: забезпечення зайнятості, зростання доходів та соціальної захищеності населення, розвиток соціальної інфраструктури, тощо.

Головні напрямки діяльності підприємства є наступними:

– *маркетингова діяльність* – дослідження ринку товарів, рівня конкурентоспроможності й цін на продукцію, інших вимог покупців товару, визначення цільових груп споживачів, вивчення їх потреб, методів формування попиту та каналів товарообігу, зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, розробка рекламних заходів, формування цінової політики, комерційна діяльність тощо;

– *діяльність з управління підприємством (менеджмент)*, тобто постановка цілей, розробка алгоритму їх досягнення, організація ресурсів, мотивація працівників, розподіл повноважень і відповідальності тощо;

– *економічна діяльність* підприємства включає: стратегічне та поточне планування, облік і звітність, ціноутворення, систему оплати праці, ресурсне забезпечення виробництва, зовнішньоекономічну та фінансову діяльність. Цей напрямок є визначальним для оцінки і регулювання всіх елементів системи господарювання на підприємстві;

– *виробнича діяльність* підприємства, її організація та оперативне регулювання у просторі й часі. З усієї сукупності постійно здійснюваних заходів, що з них складається виробнича діяльність, найважливішими треба вважати: обґрунтування обсягу виготовлення продукції певної номенклатури та асортименту відповідно до потреб ринку; формування виробничих програм для окремих ринків і кожного виду продукції, їхню оптимізацію відносно виробничих можливостей підприємства; збалансування виробничої потужності та програми випуску продукції на поточний і кожний наступний рік прогнозного періоду; забезпечення виробництва необхідними матеріально-технічними ресурсами; розробку й дотримання узгоджених у часі оперативно-календарних графіків випуску продукції;

– *обліково-контрольна діяльність* передбачає формування облікової звітності (фінансової, статистичної, податкової), організацію системи управлінського обліку, контроль витрат за напрямками, виконавцями, товарами тощо;

– *інноваційна діяльність* підприємства охоплює науково-технічні розробки, технологічну і конструкторську підготовку виробництва, запровадження технічних, організаційних та інших нововведень, формування інвестиційної політики на найближчі роки, визначення обсягу необхідних інвестицій;

– *соціальна діяльність* впливає на ефективність усіх інших напрямків і конкретних видів діяльності (інноваційної, виробничої, комерційної, економічної), результативність яких безпосередньо залежить від рівня професійної підготовки і компетентності всіх категорій працівників, дійовості застосовуваного мотиваційного механізму, постійно підтримуваних на належному рівні умов праці та життя трудового колективу. Тому ефективне управління персоналом має бути пріоритетним і найважливішим напрямком діяльності кожного підприємства за умов соціально орієнтованої ринкової економіки.

Види діяльності, що здійснюють підприємства, розмежують виходячи з їх сутності та згідно національних стандартів бухгалтерського обліку та нормативних документів щодо складання податкової та фінансової звітності.

Так відокремлюють *звичайну та надзвичайну діяльності*, що здійснюють підприємства.

Звичайна діяльність – будь-яка основна діяльність підприємства, а також операції, що її забезпечують та виникають у результаті її проведення. Під основною діяльністю розуміють операції, що пов'язані з виробництвом або реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), які є головною метою створення підприємства та забезпечують основну частку його доходу. Звичайна діяльність властива даному підприємству, що формує його бізнес та є основним постійним джерелом одержання доходів та прибутку. У її складі виділяють операційну, основним елементом якої є основна діяльність, фінансову та інвестиційну.

Надзвичайна діяльність виникає внаслідок надзвичайної події – події або операції, які відрізняються від звичайної діяльності підприємства, і не очікується, що вони будуть повторюватись періодично або в кожному наступному звітному періоді. Надзвичайна діяльність відрізняється від звичайної тим, що вона не властива, не типова для даного підприємства, не є очікуваною та періодично повторюваною.

В межах *звичайної діяльності* розрізняють операційну діяльність, фінансову та інвестиційну.

2. Підприємництво як сучасна форма господарювання

Підприємництво – це особлива, переважно інноваційна діяльність, яка у відповідних історичних і соціально-економічних умовах стає домінуючою, що в кінцевому підсумку забезпечує всьому суспільному відтворенню позитивну динаміку.

Як особливий *вид економічної діяльності* підприємництво відзначається самостійністю у виборі напрямків і методів діяльності, інноваційним характером господарювання, ризикованим характером діяльності, орієнтацією на досягнення успіху.

Як особливий *тип і стиль господарської поведінки* підприємництво характеризується цілеспрямованістю і наполегливістю, ініціативністю і пошуком нетрадиційних рішень, готовністю йти на обґрунтований ризик, гнучкістю і постійним самооновленням.

Підприємництво здійснюється на основі наступних **принципів**:

- вільного вибору підприємцем видів підприємницької діяльності;
- самостійного формування підприємцем програми діяльності, вибору постачальників і споживачів продукції, що виробляється, залучення матеріально-технічних, фінансових та інших видів ресурсів, використання яких не обмежено законом, встановлення цін на продукцію та послуги відповідно до закону;
- 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;
- самостійного здійснення підприємцем зовнішньоекономічної діяльності, використання підприємцем належної йому частки валютної виручки на свій розсуд (ст. 44 гл. 4 Кодексу).

Основними **функціями підприємництва** є наступні: новаторська, організаційна, господарська, соціальна.

Підприємництво може здійснюватися у наступних *видах або їх комбінації*:

- виробниче підприємництво – діяльність, спрямована на виробництво продукції, виконання робіт, надання послуг тощо;
- комерційне підприємництво – діяльність, пов'язана з операціями перепродажу товарів та послуг;
- фінансове підприємництво – здійснення операцій із специфічним товаром: грошима, валютою, цінними паперами;
- посередницьке підприємництво – діяльність, спрямована на поєднання сторін, що мають інтерес до взаємної угоди, та ін.

У ринковій економіці важливою умовою досягнення підприємцем успіху є підприємницький стиль поведінки.

Підприємницький стиль поведінки є протилежним поширеному прирістному стилю, спрямованому на мінімізацію відхилень від традиційної поведінки як всередині підприємства, так і у відносинах з постачальниками, контрагентами, споживачами.

Визначальною особливістю підприємницького стилю є:

- здатність змінювати навколишнє середовище (наприклад, знаходити потрібних постачальників сировини і технологічного устаткування або змінювати характер взаємодії з ними);
- створювати нові робочі місця;
- реагувати на різні способи поведінки як всередині, так і за межами підприємства.

Питання для самоконтролю:

1. Назвіть загальні ознаки підприємства.
2. Які основні функції виконують підприємства в економіці держави?
3. Розкрийте сутність головних напрямків діяльності підприємства.
4. Дайте характеристику звичайної та надзвичайної діяльності підприємства.
5. Надайте характеристику основним принципам підприємницької діяльності.
6. Які функції виконує підприємництво?
7. Які види професійної підприємницької діяльності Вам відомі та у чому полягають їх особливості?
8. Назвіть визначальні особливості підприємницького стилю діяльності.

ТЕМА 2. ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ГОСПОДАРЮВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

1. Середовище господарювання підприємств, вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємства.
2. Поведінка підприємств у ринковому середовищі.

1. Середовище господарювання підприємств, вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємства

В самому широкому розумінні, **середовище господарювання підприємства** – це сфера умов і факторів, які впливають на його розвиток та вимагають прийняття рішень спрямованих на пристосування до них.

Перехід до ринкової економіки дозволив урізноманітнити функції підприємств та їх взаємовідносини з групами зовнішнього і внутрішнього оточення, засновані на власності та взаємних інтересах, часто суперечливих між собою.

У результатах діяльності підприємств зацікавлені: власники підприємства; його працівники, представлені управлінським персоналом; держава, представлена податковими органами та інші особи (діючі й потенційні контрагенти: постачальники матеріальних та фінансових ресурсів, покупці, банки). Американський економіст Е. Фрімен у 1984 році запропонував термін «stakeholder» як «будь-якої групи або індивіда, які можуть вплинути або на яких впливає досягнення цілей організації». Отже, всі групи чи особи (стейкхолдери), які мають відношення до підприємства, є зацікавленими сторонами.

Всі вони, беручи участь тією чи іншою мірою у формуванні доходів підприємства, претендують на відповідні виплати: на оплату праці; матеріалів; відсотків по кредитах та позиках; податків й обов'язкових платежів; дивідендів і на розвиток підприємства. Втручання кожної такої групи осіб у розподіл доходів підприємства впливає на формування тих або інших результативних показників, значимість яких для них різна.

У процесі реалізації господарських компетенцій підприємства та організації постійно взаємодіють з зовнішнім економічним середовищем, що визначається відкритим характером їх діяльності та залежністю від зовнішніх контрагентів. Зрозуміло, що господарська (виробнича і комерційна) чи підприємницька діяльність може здійснюватися у різноманітних організаційно-правових формах, сферах бізнесу, але в будь-якому випадку вона повинна бути забезпечена економічними ресурсами (необоротними та оборотними активами, трудовими ресурсами, фінансами, інформацією тощо).

Особливості взаємодії підприємств з зовнішніми контрагентами визначається багатьма **факторами**, серед яких основне місце займають: сформований тип національної економічної системи (ринкова, командно-адміністративна); досягнутий рівень розподілу праці та спеціалізації в рамках національної економіки; нормативно-законодавче поле господарювання; культурні традиції тощо. Незалежно від усього цього незмінною залишається

концептуальна модель організації кругообороту ресурсів, товарів і капіталу в рамках економічної системи. Будь-яке підприємство незалежно від його організаційно-правової форми, форми власності, галузевої приналежності, продукції що виробляється, є відкритою економічною системою,

У підприємства, як відкритої економічної системи, розрізняють його *внутрішнє і зовнішнє середовище*.

Внутрішнє середовище підприємства формується під впливом змінних, які здійснюють безпосередній вплив на процес виробництва, торгівлі та інші діяльності.

Основними внутрішніми змінними, тобто елементами внутрішнього середовища підприємства є: цілі, структура, завдання, технологія, персонал, менеджмент, організаційна культура.

Зовнішнє середовище (навколишнє оточення, довкілля) – у широкому розумінні являє собою сукупність господарських формувань, економічних, суспільних і природних умов; національних та міждержавних інституціональних структур та інших зовнішніх відносно підприємства умов, що діють у глобальному середовищі.

Так, у зовнішньому виділяють *мікро- та макросередовище*:

Мікросередовище – це середовище прямого впливу на діяльність підприємства, яку охоплює сукупність факторів, що формують довгострокову результативність підприємства і перебувають під безпосереднім контролем його власників, керівників та працівників.

Макросередовище – це середовище, структурні елементи якого мають опосередкований вплив на діяльність підприємства. Воно складається з сукупності факторів, що формують довгострокову результативність підприємства, і на які воно не може впливати взагалі, або має незначний вплив.

Основними *характеристиками зовнішнього середовища* є: взаємозв'язок складність рухливість невизначеність

Фактори мікросередовища, тобто прямого впливу, безпосередньо впливають на прийняття підприємством рішень у сфері господарської діяльності. До основних факторів *прямого впливу* на діяльність підприємства відносяться постачальники ресурсів, споживачі продукції та послуг, конкуренти, держава.

До числа основних **факторів зовнішнього середовища непрямого (опосередкованого) впливу** підприємств відносять наступні: економічні (стан економіки), міжнародні; політичні; науково-технічні; соціально-культурні та екологічні.

Врахування факторів впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємства сприяє підвищенню рівня його економічної стійкості, конкурентоспроможності та досягненню поставлених цілей.

2. Поведінка підприємств у ринковому середовищі

Процес господарювання підприємства в ринковому середовищі базується на певних економічних механізмах, які об'єктивно діють як в межах підприємства, так і зовні. Важливою економічною функцією підприємств є

виробництво товарів та послуг для задоволення зовнішнього попиту. Виробництво - це не тільки технічне виготовлення матеріальних продуктів, але й матеріально-технічне постачання, зберігання готової продукції, напівфабрикатів, створення послуг й інших нематеріальних благ. До виробничих завдань можна віднести вивчення кон'юнктури ринків, окремі наукові дослідження, модернізацію підприємств, тощо.

Для того щоб здійснити процес виробництва, підприємству необхідно знайти своє місце на ринку (у зовнішньому середовищі), забезпечити себе факторами виробництва, а потім реалізувати товари та послуги, що були виготовлені. Потіку реальних благ, що функціонують у межах підприємства у вигляді факторів виробництва, протистоїть потік номінальних благ (гроші, чеки, векселі й ін.), який виконує функцію оцінки вартості виготовлених продуктів у результаті їх покупки.

Логістика є самостійною сферою, яка охоплює проблеми фізичного переміщення матеріальних ресурсів у просторі та руху у часі на усіх стадіях діяльності підприємства, як усередині, так й особливо поза його межами.

Виробництво матеріальних благ для зовнішнього споживання потребує фази реалізації, яка в умовах бездефіцитної економіки («ринку покупця»), повинна базуватися на принципах маркетингу. Тобто підприємство повинно зосереджувати свою діяльність, управлінські рішення на корисності, яка забезпечується споживачу під час споживання матеріальних благ, й на досягненні максимального рівня задоволення потреб клієнтів. Маркетинг охоплює сферу передпродажної підготовки товарів, яка заснована на послідовному орієнтуванні на споживача, концепцію управління підприємством, що цілеспрямована на подолання проблемних сфер у його діяльності, а також є засобом забезпечення суспільних інтересів шляхом інформування та роз'яснювальної роботи. Ринкова орієнтація підприємства включає організацію нових ринків, цілеспрямоване нарощування збуту, а також закріплення досягнутих результатів шляхом утворення кола постійних клієнтів та інші інструменти.

Підприємства, як економічні системи, постійно потребують додаткових інвестиційних вкладень у розвиток факторів виробництва. Сутність інвестицій – полягає у вкладенні капіталу в ті, чи інші (матеріальні й нематеріальні) активи, які через деякий час здатні принести прибуток чи інший бажаний результат (соціальний, природоохоронний й ін.). Усі інвестиції підрозділяють на дві основні групи: реальні й фінансові. Реальні інвестиції – це в основному довгострокові вкладення коштів (капіталу) безпосередньо в засоби виробництва. Вони являють собою фінансові вкладення в конкретний, як правило, довгостроковий проект і звичайно пов'язані із придбанням реальних активів. При цьому може бути використаний як власний так і позиковий капітал, у тому числі й банківський кредит. Фінансові або портфельні інвестиції - це вкладення капіталу в проекти, пов'язані з формуванням портфеля цінних паперів й інших активів. У цьому випадку основним завданням інвестора є формування й управління оптимальним інвестиційним портфелем.

Кожен цикл діяльності підприємства, пов'язаний з виробництвом та реалізацією продукції (робіт, послуг), завершується результатом, який виражається в кінцевих продуктах (товарах, послугах). Результат – це підсумок всіх видів діяльності господарюючого суб'єкта за певний період часу. Існує безліч критеріїв, по яких можна виміряти результати діяльності. Серед них найбільш часто використовуються – зміни обсягу продажів, прибутку та показників випуску. Грошова оцінка результату в зіставленні з витратами ресурсів виступає необхідною умовою наступного витка його діяльності.

З метою формування сприятливого економічного середовища треба розробити й дотримувати певних етичних норм поведінки суб'єктів господарювання на будь-якому ринку. Вони поряд із загальними етичними цінностями (взаємна довіра, порядність, сумлінність, чесність, повага до людини і віра в її сили, висока мотивація творчої праці) включають також правила етичної поведінки в бізнесі: вірність слову та послужливість у взаємовідносинах, ділову чесність і партнерську надійність, збереження комерційної таємниці та інші правила, що відповідають вищим стандартам ділової честі. Усе це разом сприяє формуванню іміджу підприємства як партнера, з яким можливе тривале, надійне і взаємовигідне співробітництво, що є життєво важливим у швидко-мінливому ринковому середовищі.

Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення середовищу господарювання підприємства.
2. Хто такі стейкхолдери і які їх основні цілі?
3. Охарактеризуйте механізм функціонування підприємства як відкритої економічної системи.
4. Що являє собою внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства?
5. Дайте визначення мікросередовища та макросередовища.
6. Надайте характеристику основних факторів мікросередовища підприємства та взаємозв'язку між ними.
7. Які фактори макросередовища впливають на функціонування підприємства?
8. Охарактеризуйте поведінку підприємств у ринковому середовищі.
9. Як взаємопов'язані фази процесу виробництва з ринковим середовищем?

ТЕМА 3. СТРУКТУРА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

1. Структура підприємства.
2. Інфраструктура підприємства.
3. Система управління підприємством.

1. Структура підприємства

Структура (від лат. *structura* – побудова, розміщення) підприємства означає його внутрішню будову і зв'язок складових частин. Це є певне кількісне і якісне співвідношення елементів цілого, що визначають життєдіяльність підприємства і процес його розширеного відтворення.

Загальна структура підприємства – це комплекс виробничих підрозділів, організацій з управління підприємством та обслуговуванням працівників, їхня кількість, величина, взаємозв'язки та співвідношення між ними за розміром зайнятих площ, чисельності працівників і пропускну здатності.

Загальна структура підприємства включає:

а) *виробничу структуру* – це склад цехів, виробництв та інших виробничих підрозділів підприємства і взаємозв'язки між ними;

б) *організаційну структуру* – це організації з управління підприємством, що визначають склад, взаємодію та підпорядкованість її елементів.

Виробнича структура підприємства є формою організації виробничого процесу підприємства, які є основними й утворюють основне виробництво.

Залежно від характеру спеціалізації виробництва розрізняють виробничу структуру *предметну, технологічну та предметно-технологічну*.

Предметна виробнича структура має певний ступінь замкнутості. Предметна структура підприємства визначає послідовність використання засобів праці у технологічному процесі, застосування високопродуктивного обладнання, інструментів, штампів тощо.

Технологічна виробнича структура визначає чітку технологічну відокремленість. У кожному підрозділі здійснюються однорідні технологічні процеси з виробництва різного кінцевого продукту.

Предметно-технологічна виробнича структура характеризує наявність на одному й тому самому підприємстві основних цехів, які організовані за предметним та технологічним принципом.

На виробничу структуру підприємства впливає ряд факторів:

- галузева приналежність підприємства;
- тип виробництва, рівень спеціалізації і кооперування;
- структура засобів праці, технології;
- ступінь складності конструкції і технологічність продукції;
- організація обслуговування обладнання, його ремонт і модернізація;
- здатність виробництва оперативно переходити на випуск нової продукції;

– характер відтворюваного процесу в основних, допоміжних, побічних та підсобних підрозділах підприємства.

Головними елементами виробничої структури підприємства є *цехи, ділянки та робоче місце*.

Цех – основна виробнича одиниця, відокремлена ланка, у якій реалізуються виробничі процеси. Тип цеху визначається характером виробництва. Виділяють чотири типи цехів: основні, допоміжні, другорядні, підсобні.

Ділянка – це найменша адміністративно-виробнича ланка, у якій колектив працівників виконує однотипні технологічні роботи з виробництва однотипного продукту.

Кожна виробнича ділянка складається з сукупних робочих місць. Сукупне робоче місце, у свою чергу, складається з індивідуальних робочих місць. **Робоче місце** – це частина виробничої площі, де робітник обслуговує процес виробництва, використовуючи відповідне устаткування.

На невеликих підприємствах з відносно простими виробничими процесами застосовується *безцехова* виробнича структура. Основою її побудови є виробнича ділянка – сукупність територіально відособлених робочих місць, на яких виконуються технологічно однорідні роботи або виготовляється однотипна продукція. Виробничі ділянки входять також до складу цехів.

На великих підприємствах декілька однотипних цехів можуть бути об'єднані в корпус. В цьому випадку корпус стає основним структурним підрозділом підприємства. Така виробнича структура називається *корпусною*.

На підприємствах, де здійснюються багатоступінчаті процеси виробництва, з характерною послідовністю процесів переробки сировини (металургійна, хімічна, текстильна промисловість), використовується комбінатська виробнича структура. Її основу складають підрозділи, які виготовляють завершену частину готового виробу (чавун, сталь, прокат).

2. Інфраструктура підприємства

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

1. Виробнича інфраструктура – це комплекс підрозділів, які прямо не беруть участі в створенні продукції підприємства, але сприяють роботі основних цехів, створюючи необхідні для цього умови.

До системи технічного обслуговування виробництва входять відповідні структурні підрозділи підприємства:

– *Ремонтне господарство* здійснює технічне обслуговування та ремонт засобів праці, монтаж і введення в дію нового устаткування, виготовлення запасних частин і нестандартного обладнання, модернізацію діючих машин та устаткування.

– *Інструментальне господарство* займається придбанням, проектуванням, виготовленням, відновленням і ремонтом технологічної оснастки, її обліком, зберіганням і видачею на робочі місця.

– *Транспортне господарство* займається вантажно-розвантажувальними роботами та переміщенням вантажів. Уся сукупність транспортних операцій на підприємстві здійснюється за допомогою трьох взаємопов'язаних видів транспорту: зовнішній, міжцеховий, внутрішньоцеховий.

– *Енергетичне господарство*, до складу якого входять такі види: електросилове, теплосилове, газове, пічне, слабкострумове та енергоремонтне.

– *Складське господарство* займається створенням певних запасів сировини, матеріалів, палива, комплектувальних виробів, а також міжцехових і внутрішньоцехових запасів напівфабрикатів власного виготовлення, до складу якого входять такі види складів: матеріальні, виробничі, збутові.

2. Соціальна інфраструктура – це сукупність підрозділів, які забезпечують задоволення соціально-побутових та культурних потреб працівників підприємства.

До складу *соціальної інфраструктури підприємства* можуть входити: їдальні, кафе, буфети; лікарні, поліклініки, медпункти; власні житлові будинки, заклади побутового обслуговування; школи, професійно-технічні училища, факультети та курси підвищення кваліфікації; дитячі дошкільні заклади, бібліотеки; бази та будинки відпочинку, спортивні споруди тощо.

Управління діяльністю підрозділів соціальної інфраструктури здійснює заступник директора підприємства з кадрових і соціальних питань. Йому підпорядковано відділи: кадрів, технічного навчання, адміністративно-господарський та житлово-комунальний, які вже безпосередньо керують діяльністю установ соціальної інфраструктури підприємства.

3. Система управління підприємством

Управління підприємством – це цілеспрямована діяльність, що представляє собою сукупність методів, засобів і форм ефективної координації роботи людей для досягнення поставлених завдань або визначеної мети.

Функції управління – це спеціалізовані види управлінської діяльності, які виникають внаслідок розподілу процесу управління на окремі складові за ознакою подібності змісту робіт, що виконуються в їх межах, та їхньої цільової спрямованості. Функції управління поділяють на дві групи: *загальні та конкретні*.

До *загальних функцій управління* відносять взаємопов'язані універсальні види управлінської діяльності, які аналогічні для усіх підприємств.

За характером виконуваних робіт у цій групі виокремлюють такі функції управління: планування, організація, мотивація, контроль. Під час взаємодії вони утворюють замкнутий «цикл менеджменту»

Функції, які визначають спрямованість управління на конкретний об'єкт називаються *конкретним функціями управління*, а саме: управління

маркетинговою діяльністю, управління виробничою діяльністю, управління збутовою діяльністю, управління зовнішньо-економічною діяльністю, управління фінансовою діяльністю, управління інноваційною діяльністю, управління соціальною діяльністю.

Управління підприємством відображає сукупність взаємопов'язаних процесів *планування, організації, мотивації та контролю*, які забезпечують формування та досягнення цілей підприємства.

Організаційна структура управління – це форма реалізації методів управління підприємством, яка визначає склад, взаємодію та підпорядкованість її елементів.

Розрізняють наступні *типи організаційних структур* управління:

1. *Лінійна* – це така структура, між елементами якої існують лише одноканальні взаємодії, кожен підлеглий має лише одного керівника, який виконує всі адміністративні та спеціальні функції у відповідному підрозділі.

2. *Лінійно-штабна структура* передбачає створення при лінійному керівництві спеціальних функціональних служб (штабів), які допомагають йому вирішувати певні виробничі завдання та формувати відповідні управлінські рішення.

3. *Функціональна структура* також передбачає наявність штабів, але їх персонал має і право керівництва і прийняття рішень. Тому кожен виробничий підрозділ отримує розпорядження водночас від декількох керівників функціональних підрозділів.

4. *Дивізійна структура* будується за принципами групування виробничих підрозділів за продуктами, групами споживачів, за місцем розташування.

5. *Матрична структура* передбачає створення поряд з лінійними керівниками й раціональним апаратом управління тимчасових проектних груп, які утворюються з фахівців постійних функціональних підрозділів і займаються створенням нових видів продукції.

6. *Множинна структура управління* використовується сучасними компаніями, які включають ряд підприємств. У її основі лежить поєднання різних організаційних структур управління.

Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення поняттям «структура підприємства», «загальна структура підприємства» «виробнича структура підприємства», «організаційна структура підприємства».

2. Охарактеризуйте основні типи виробничої структури підприємства.

3. Які фактори впливають на формування виробничої структури підприємства?

4. Надайте визначення виробничій ділянці та робочому місцю.

5. Визначте сутність інфраструктури підприємства, які її види ви знаєте?

6. Дайте визначення управлінню, управлінню підприємством.

7. Які функції виконує управління?

8. Охарактеризуйте типи організаційних структур управління.

ТЕМА 4. ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1. *Сутнісна характеристика планування.*

2 *Види та методологічні основи планування на підприємстві*

1. Сутнісна характеристика планування

Планування – це процес визначення цілей, що їх підприємство передбачає досягти за певний період, а також способів досягнення таких цілей.

План – це робочий інструмент досягнення поставленої мети суб'єктом підприємництва, створений і розписаний по виконавцях, часу і засобам.

Основною **метою** плану є реалізована подія. Основним **завданням** планування є вибір вольових відповідальних дій в умовах наявних ресурсних обмежень, збалансованих по виконавцях часу, ресурсам.

Розглянемо основні принципи планування.

1. *Цільова спрямованість.* Виділяють п'ять основних цілей підприємства:

- господарсько-економічну, зумовлену вимогами забезпечення високої ефективності виробничої системи;
- виробничо-технологічну, що відображає основне функціональне призначення підприємства;
- науково-технічну, тобто постійне прискорення науково-технічного прогресу, що матеріалізується в постійному поліпшенні продукції та оновленні технічної бази виробництва;
- соціальну – більш повне забезпечення матеріальних і духовних потреб працівників підприємства;
- екологічну – забезпечення вимоги відтворюваності ресурсів та виготовлення екологічно безпечної продукції.

2. *Принцип системності.* Цей принцип передбачає, щоб планування охоплювало всі сфери діяльності підприємства, усі тенденції, зміни та зворотні зв'язки в його системі.

3. *Принцип безперервності* означає:

- підтримку безперервної планової перспективи;
- взаємоузгодження довго-, середньо- та короткострокових планів;
- своєчасне коригування перспективних і поточних планів.

4. *Принцип оптимальності* використання ресурсів означає, що підприємство, орієнтуючись на потреби, умови і кон'юнктуру ринку, має інтенсифікувати виробництво, впроваджувати досягнення науково-технічного прогресу.

5. *Принцип збалансованості*, тобто необхідна та достатня кількісна відповідність між взаємопов'язаними розділами і показниками плану. Збалансованість – це визначальна умова обґрунтованості планів, реальності їхнього виконання.

6. *Принцип адекватності* полягає в тому, що будь-які зміни в кон'юнктурі ринку, асортименті товарів, використанні тих або інших ресурсів, застосуванні нової техніки, і нових технологій повинні відображатися адекватно у всій системі планування.

Етапи сучасного планування є наступними:

I етап. *Аналіз стратегічних проблем.*

На цьому етапі аналізується ринок, на якому функціонує або функціонуватиме підприємство. Аналіз має бути двоїстим, тобто необхідно виявляти позитивні моменти діяльності підприємства в даному ринковому середовищі, а також можливі негативні її наслідки. Проте варто враховувати, що поряд із вирішенням одних проблем будуть виникати інші: змінюватися потреби й запити покупців, упроваджуватися нові досягнення науки та техніки, зростати рівень розвитку виробництва тощо.

II етап. *Прогноз майбутніх умов діяльності та визначення завдань.*

На цьому етапі складається своєрідний каталог, проводиться аналіз сильних і слабких сторін підприємства з огляду на зміни ринкового середовища. На підставі аналізу визначаються завдання підприємства.

III етап. *Вибір оптимального варіанту розвитку.*

На цьому етапі визначаються матеріальні й організаційні засоби розвитку підприємства на основі складеного каталогу.

Особлива увага приділяється аналізу трьох найважливіших показників: місця підприємства на ринку; належності підприємства до господарського сектору та галузі; асортиментної, структури виробничих програм.

Цей етап найскладніший, тому що він є завершальним повинен спрямувати діяльність підприємства відповідно до зміни навколишнього середовища. Навіть методом екстраполяції – передбачення майбутнього на основі тенденцій минулого – це зробити точно практично неможливо. Тому тут важливі інтуїція та досвід керівника.

Переваги планування:

- прагнення вирішити задачу раціонально і з меншими витратами;
- обміркована підготовка до використання майбутніх переваг середовища господарювання;
- поліпшення координації дій виконавців;
- посилення колективних можливостей додатка сил за рахунок спільних дій зацікавлених осіб;
- більш раціональне використання обмежених ресурсів;
- можливість контролю за подіями і визначення проблем у діяльності.

Недоліки планування:

- неможливість відобразити в плані все різноманіття життєвих умов, особливо в складно організованих системах;
- стабільність прийнятого рішення, що може обернутися збитком при динамічних обставинах бізнесу;
- необхідність ресурсів (часу і засобів) для розробки плану.

Не можливо створити раз і назавжди єдину раціональну систему планування. Тому якісний план вимагає періодичного уточнення.

2. Види та методологічні основи планування на підприємстві

У діяльності суб'єкта господарювання використовуються різні плани. Залежно від тривалості планового періоду планування діяльності

підприємства поділяється на перспективне (стратегічне) і поточне (тактичне) оперативно-виробниче.

Перспективне планування ґрунтується на прогнозуванні, інакше його називають стратегічним плануванням. З його допомогою прогнозуються перспективна потреба у нових видах, продукції, товарна та збутова стратегія підприємства з різних ринків збуту тощо. Перспективне планування традиційно поділяється на довгострокове (10-15 років) та середньострокове (5 років), планування

Довгостроковий план, на 10—15 років, має проблемно-цільовий характер. У ньому формулюється економічна стратегія діяльності підприємства на тривалий період з урахуванням розширення меж ринків збуту, що діють, і освоєння нових. Число показників у плані обмежене. Цілі та завдання перспективного довгострокового плану конкретизуються у середньостроковому (п'ятирічному) плані. Об'єктами середньострокового планування є організаційна структура, виробничі потужності, капітальні вкладення, потреби у фінансових засобах, дослідження та розробки, частка ринку тощо.

У теперішній час терміни виконання (розробки) планів немає обов'язкового характеру і низка підприємств розробляють довгострокові плани терміном п'ять років, середньострокові на 2—3 року.

Поточне (річне) планування розробляється у межах п'ятирічного плану та уточнює його показники. Структура і показники річного планування різняться залежно від об'єкта і поділяються на заводські, цехові, бригадні.

Оперативно-виробниче планування уточнює завдання поточного річного плану на більш короткі відрізки часу (місяць, декада, зміна, година) і по окремих виробничих підрозділах: цех-дільниця-бригада-робоче місце. Такий план служить засобом забезпечення ритмічного випуску продукції і на рівномірної роботи підприємства міста і доводить планове завдання до безпосередніх виконавців – робочих. Оперативно-виробниче планування поділяється на міжцехове, внутрішньоцехове та диспетчерування. Завершальним етапом заводського оперативно-виробничого планування є змінно-добове планування.

Загалом перспективне, поточне та оперативно-виробниче планування взаємопов'язані та утворюють єдину систему.

Планування діяльності підприємства здійснюється за допомогою різних **методів**.

Ресурсний метод застосовується здебільшого в умовах монополії або при слабко розвиненій конкуренції. Він використовується під час складання планів на підставі реальних внутрішніх ресурсів підприємства. З розвитком конкуренції основою, що визначає планування, є вже попит і пропозиція. Тому за цих умов застосовується *цільовий метод*, що припускає планування всієї діяльності підприємства відповідно до поставленої мети (наприклад, задовольнити розміри попиту, що в даних умовах «впливають»), тобто планування «від оберненого».

Метод екстраполяції ґрунтується на визначенні динаміки показників у минулому (базові), допускаючи, що темпи та пропорції, досягнуті на момент розроблення плану будуть збережені в майбутньому. На основі цього методу визначаються проміжні та кінцеві (на кінець планового періоду) планові показники.

Принципово протилежним є *інтерполяційний метод*, за яким підприємство встановлює мету, що має досягти в майбутньому. Виходячи з цього підприємство визначає тривалість планового періоду та проміжні планові показники.

Пробно-статистичний метод передбачає використання фактичних статистичних даних за попередні роки, середніх показників під час встановленні планових показників.

Факторний метод є більш обґрунтованим. Відповідно до нього планові значення показників обчислюють на основі розрахунків впливу найважливіших чинників, що зумовлюють зміни цих показників. Розрахунки за визначеними чинниками застосовуються насамперед під час планування ефективності виробництва.

Найточнішим є *нормативний метод*. Суть його полягає у тому, що планові показники розраховуються на основі прогресивних норм використання ресурсів з урахуванням їх змін у результаті впровадження організаційно-технічних заходів у плановому періоді.

Сутність *балансового методу* зводиться до розроблення спеціальних таблиць – балансів, в одній частині яких із різноманітним ступенем деталізації показують усі напрямки використання ресурсів відповідно до потреб, а в іншій – надходження цих ресурсів.

Матричний метод є подальшим розвитком балансового та є побудовою моделей взаємозв'язків між виробничими підрозділами та показниками.

За сучасних умов на підприємствах користуються не одним методом, а їх комбінацією, залежно від реальних умов виробництва. Крім того, на підприємствах розробляється, як правило, не один, а кілька варіантів планів.

Питання для самоконтролю:

1. У чому полягає сутність планування? Обґрунтуйте необхідність планування господарсько-фінансової діяльності підприємства.
2. Як відбувається процес планування з погляду здійснення управлінських функцій?
3. Охарактеризуйте основні принципи планування діяльності підприємства.
4. Назвіть етапи сучасного планування діяльності підприємства й охарактеризуйте їх сутність.
5. Які види планування діяльності підприємства вам відомі?
6. Охарактеризуйте основні методи планування. Який з методів планування є найточнішим, у чому полягає його сутність?

ТЕМА 5. ВИРОБНИЧА ПРОГРАМА І ВИРОБНИЧА ПОТУЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

1. *Виробнича програма підприємства та її показники.*
2. *Розробка виробничої програми підприємства.*
3. *Види виробничих потужностей. Методика розрахунку.*

1. Виробнича програма підприємства та її показники

Виробнича програма підприємства (план виробництва і реалізації продукції) – це система планових завдань з виробництва і доставки продукції споживачам у розгорнутій номенклатурі, асортименті, відповідної якості та у встановлені терміни згідно договорів поставок.

Завданнями розробки виробничої програми підприємства є:

- забезпечення високих і стійких темпів зростання випуску продукції підприємства як в кількісному, так і в якісному виразі;
- формування номенклатури і асортименту продукції, що випускається, залежно від сформованого попиту та стадій життєвого циклу;
- підвищення якості та надійності, поліпшення дизайну продукції, що виготовляється;
- найбільш повне використання виробничих потужностей та ресурсного потенціалу підприємства.

При розробці виробничої програми підприємства використовуються натуральні, умовно-натуральні, трудові, вартісні і якісні методи вимірювання. Вони дозволяють вести планування, облік, контроль собівартості, обсягів продажу, номенклатури, асортименту, трудомісткості, якості продукції що випускається.

Товарна продукція є основним показником плану виробництва і служить базою щодо розрахунку валової та реалізованої продукції. Вона характеризує обсяг готової продукції, напівфабрикатів, призначених для реалізації на сторону.

До товарної продукції відносять:

- вартість готової продукції;
- напівфабрикати, що реалізуються на сторону;
- вартість капітального ремонту свого устаткування і транспортних засобів;
- вартість робіт промислового характеру для сторонніх організацій і своїх непромислових господарств;
- вартість тари, виготовленої для пакування своєї продукції, якщо вона не врахована в оптовій ціні на цю продукцію;
- вартість обробки продукції з матеріалу замовника (давальницька сировина).

Валова продукція характеризує загальний обсяг виробництва, тобто обсяг виготовленої продукції, робіт, послуг, виконаних на підприємстві за певний (плановий) період в незмінних (порівняльних) цінах.

До складу валової продукції входить товарна продукція, зміна залишків незавершеного виробництва на початок і кінець року, а також вартість матеріалів і сировини, наданих замовником на переробку.

Валовий оборот характеризує загальний обсяг продукції, робіт, які виготовлені на підприємстві всіма його підрозділами, незалежно від призначення (для власних цілей або для реалізації на сторону) за певний (плановий) період.

Оскільки до складу валового обороту входить продукція, яка вироблена одним підрозділом для потреб іншого, з'являється так званий "повторний рахунок". Обсяг таких робіт називається внутрішнім оборотом – *внутрішнім заводським оборотом*.

Обсяг валового обороту (*ВО*) розраховується за формулою:

$$ВО = ВП + ВЗО,$$

де *ВЗО* – внутрішній заводський оборот.

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

2. Розробка виробничої програми підприємства

Розробка *виробничої програми (план виробництва)* здійснюється на основі вивчення ринку.

Після проведення досліджень ринку виробнича програма підприємства розробляється в такій послідовності:

1. Визначаються номенклатура і асортимент продукції, що включені до плану, обсяг її поставок в натуральному вираженні згідно з укладеними договорами.

2. Складається план поставок продукції в натуральному вираженні по споживачам.

3. На основі обсягу поставок (реалізації) і зміни залишків нереалізованої продукції на початок і кінець планованого періоду визначається обсяг виробництва кожного виробу в натуральному вираженні з календарним розподілом всередині планованого періоду.

4. Обсяг виробництва за окремими видами продукції обґрунтовується розрахунками балансів виробничих потужностей по провідним підрозділам: групам обладнання, дільницях і цехах, підприємству в цілому.

5. На основі обсягів виробництва та реалізації продукції в натуральному вираженні розраховуються вартісні вимірники виробничої програми: товарна і реалізована продукція.

6. Складається графік відвантаження продукції відповідно до строків, зазначених у договорах із замовниками.

7. Виробнича програма планується по основних цехах підприємства.

Виробнича програма планується на 3–5 років, на рік з розбивкою по кварталах і місяцях, розраховується в натуральних, умовно-натуральних, трудових і вартісних показниках.

3. Види виробничих потужностей. Методика розрахунку

Розрізняють вхідну, вихідну, проектну та середньорічну виробничу потужність.

Під **вхідною потужністю** розуміють виробничу потужність підприємства, цеху, дільниці на 1 січня поточного року або на конкретну дату попереднього періоду.

Під **вихідною потужністю** (M_k) розуміють виробничу потужність підприємства, цеху, дільниці на кінець планового періоду, яка визначається за формулою

$$M_k = M_n + M_b + M_p + M_n + M_z - M_v,$$

де M_n – виробнича потужність на початок періоду;

M_b – введення потужності в результаті будівництва;

M_p – приріст потужності внаслідок реконструкції підприємства;

M_n – збільшення потужності в результаті технічного переозброєння та інших заходів;

M_z – збільшення (зменшення) потужності внаслідок зміни номенклатури (трудомісткості) продукції;

M_v – зменшення потужності внаслідок вибуття обладнання.

Середньорічна потужність ($M_{год}$) – це потужність, яку буде мати у своєму розпорядженні підприємство, цех, ділянку в середньому за розрахунковий період або за рік, вона визначається балансовим методом:

$$M_{год} = M_n + \Sigma(M_{вв} \cdot Ч_{вв}) / 12 - \Sigma(M_{вв} \cdot Ч_{в}) / 12,$$

де M_n – виробнича потужність на початок періоду;

$M_{вв}$ – потужності, введені в дію протягом року;

M_v – потужності, що вибули протягом року потужності;

$Ч_{вв}$ – число місяців експлуатації введеної в дію потужності;

$Ч_v$ – число місяців з моменту вибуття потужності до кінця року.

Розрахунок балансу завантаження по групами однотипного устаткування виробляється в наступному порядку:

1) проводиться раціональний розподіл видів робіт по групах взаємозамінного обладнання;

2) розраховуються норми витрат часу на одиницю кожного виду виробів за групами устаткування і робочих місць;

3) визначається завантаження обладнання виробничою програмою (потрібний фонд в станко-годинах) як добуток норми часу на виготовлення однієї деталі з урахуванням виконання норм і річної виробничої програми.

4) проводиться розрахунок пропускної спроможності обладнання (наявний фонд в станко-годинах) помноженням планового (ефективного) фонду часу одного верстата і числа верстатів в групі устаткування

5) обчислюється надлишок або дефіцит верстато-годин по групах обладнання шляхом зіставлення завантаження устаткування (потрібний фонд) з пропускнуою спроможністю обладнання (наявний фонд);

б) визначається коефіцієнт завантаження устаткування ($K_{з.об}$) за формулою:

$$K_{з.об} = П / P,$$

де P – пропускна спроможність обладнання;

$П$ – завантаження устаткування.

Якщо баланс завантаження обладнання виявить надлишки верстато-годин по групах обладнання ($P - П \geq 0$), а $K_{з.об} \leq 1$, то величина виробничої програми повинна бути збільшена; якщо $P - П \leq 0$, а $K_{з.об} \geq 1$, бракує станко-годин по даній групі устаткування.

Більш об'єктивно завантаження устаткування підприємств з переривчастим режимом роботи відображає коефіцієнт змінності, а для підприємств з безперервним процесом виробництва – коефіцієнт завантаження устаткування.

Питання для самоконтролю:

1. Що представляє собою виробнича програма підприємства?
2. У чому полягають завдання розробки виробничої програми підприємства?
3. Які показники використовуються при розробці виробничої програми підприємства?
4. Здійснення яких заходів передбачає розробка виробничої програми?
5. В якій послідовності та з яких етапів складається процес розробки виробничої програми?
6. Охарактеризуйте методика розрахунку виробничої потужності підприємства, цеху, дільниці, агрегату.
7. Дайте характеристику кожному типу основних видів виробничих потужностей.
8. На чому заснований розрахунок балансу завантаження устаткування?

ТЕМА 6. ОСНОВНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА

1. *Основний капітал: поняття, класифікація та структура.*
2. *Види вартості основних фондів.*
3. *Знос та амортизація основних фондів, методи її нарахування.*
4. *Відтворення та використання основних фондів.*

1. Основний капітал: поняття, класифікація та структура

Капітал, авансований у *засоби праці* (машини, устаткування, будівлі, транспортні засоби), характеризується довготривалим циклом обороту і трактується як **основний капітал**.

Основні фонди – засоби праці, які використовуються в процесі виробництва тривалий час (впродовж періоду, який перевищує 365 календарних днів від дати їх введення до експлуатації), зберігаючи при цьому свою натурально-речовинну форму, а їхня вартість переноситься на виготовлений продукт поступово по мірі використання.

Основні фонди підприємства, незважаючи на їх економічну однорідність, відрізняються цільовим призначенням, терміном служби, натурально-речовинним складом.

Звідси впливає **класифікація** основних фондів за визначеними групами, що враховує специфіку призначення різних видів фондів.

1. *За характером використання* виділяють такі: виробничі, невиробничі.

2. *За цільовим призначенням* виділяють наступні групи основних фондів: будівлі, споруди, передавальні пристрої, машини та устаткування, транспортні засоби, інструмент, виробничий інвентар, господарський інвентар, багаторічні насадження.

3. *Залежно від участі у виробничому процесі* в складі виробничих фондів виділяють: активну частину, пасивну частину.

4. *Залежно від прав власності* основні фонди поділяються на: власні, орендовані.

5. *Залежно від джерел фінансування* в складі власних основних фондів виділяють: внесені до статутного фонду підприємства його засновниками (передані в порядку оплати акцій), придбані протягом діяльності підприємства за рахунок власних коштів, придбані за рахунок довгострокових кредитів банків, безкоштовно отримані.

Співвідношення окремих груп основних фондів в їх загальному обсязі є *видовою (виробничою) структурою* основних фондів. Часто цю структуру розглядають як співвідношення активної та пасивної частини.

Галузева структура основних фондів в цілому промислового комплексу характеризується часткою основних фондів різних галузей у загальній їх вартості. Також важливою є структуризація засобів виробництва за фактичним строком їх експлуатації, що визначає *вікову структуру* основних фондів.

Головна мета управління основним капіталом полягає в оптимізації структури, забезпеченні своєчасного оновлення і підвищення ефективності

використання основного капіталу підприємства. Процес управління основним капіталом включає ряд етапів, а саме:

- аналітичну оцінку стану та рівня використання основного капіталу;
- розрахунок необхідного обсягу та складу основного капіталу для здійснення діяльності підприємства у відповідності з його місією та цілями;
- формування амортизаційного фонду та інших джерел поповнення і оновлення активів;
- обґрунтування джерел формування основного капіталу та оптимізація його структури;
- забезпечення проведення оптимального процесу оновлення необоротних операційних активів;
- забезпечення ефективного використання основного капіталу тощо.

2. Види вартості основних фондів

Оцінка основних фондів підприємства є грошовим вираженням їхньої вартості. Така оцінка потрібна для правильного визначення загального обсягу основних фондів, що знаходяться в розпорядженні (власності) підприємства, аналізу їх динаміки та структури, розрахунку економічних показників господарської діяльності підприємства за певний період.

Оцінка наявності та руху основних фондів підприємства проводиться в натуральному та вартісному вираженні.

Облік основних фондів *в натуральному вираженні* здійснюється для кожної групи та необхідний для визначення кількості машин, обладнання. Ця інформація використовується для розрахунку виробничої потужності підприємства, ступеня використання обладнання.

Грошова або **вартісна** оцінка основних фондів необхідна для визначення їх загального обсягу, динаміки, структури, визначення ступеня зносу і розміру амортизаційних відрахувань, розрахунку економічної ефективності вкладень.

У зв'язку з тривалою участю основних фондів у процесі виробництва, їх поступовим спрацюванням, зміною умов відтворення існує кілька **видів оцінок** (вартості) основних фондів:

1. *Первісна вартість основних фондів* – фактична вартість основних фондів на момент введення в дію чи придбання.

2. *Відновна вартість основних фондів* – вартість відтворення в сучасних умовах точної копії основних фондів з використанням аналогічних матеріалів та збереженням усіх експлуатаційних параметрів.

3. *Дооцінена вартість основних фондів* – вартість основних фондів після їх дооцінки.

4. *Залишкова вартість основних фондів* – визначається вирахуванням з первісної чи відновної вартості суми накопиченого зносу та показує вартість основних фондів ще не перенесену на вартість виготовленої продукції.

5. *Балансова вартість основних фондів* – вартість на початок розрахункового року.

б. Середньорічна вартість основних фондів.

3. Знос та амортизація основних фондів, методи її нарахування

У процесі експлуатації основні фонди піддаються зносу, втрачаючи свої виробничі якості. Прийнято виділяти два види зносу – фізичний та моральний.

Фізичний знос – втрата основними фондами технічних властивостей та характеристик в результаті експлуатації, атмосферних впливів, умов збереження.

Моральний знос – знецінення вартості основних фондів до настання повного фізичного спрацювання під впливом науково-технічного прогресу.

Безперервний процес виробництва потребує постійного відтворення фізично спрацьованих і технічно застарілих основних фондів. Необхідною умовою відновлення засобів праці є поступове відшкодування їхньої вартості, яке здійснюється через амортизаційні відрахування (амортизацію).

Амортизація – процес перенесення вартості основних фондів на вартість готової продукції з метою нагромадження коштів для повного їх відновлення.

Об'єктом амортизації є основні фонди та нематеріальні активи, що мають вартість й обмежений термін корисної експлуатації.

Для відшкодування вартості зношеної частини основних фондів кожне підприємство здійснює *амортизаційні відрахування*, тобто встановлює певну грошову компенсацію відповідно до розмірів фізичного спрацювання й техніко-економічного старіння. Ці відрахування включаються до собівартості продукції й відображаються в обсязі виручки від реалізації продукції.

Головним економічним важелем у системі амортизації є **методи її нарахування**. Величина амортизаційних відрахувань, за будь-якого методу нарахування амортизації, визначається такими параметрами об'єкта як його *первісна (відновна), ліквідаційна вартість, строк експлуатації необоротних активів та прогнозний обсяг виробництва продукції з допомогою даного об'єкта основних засобів*.

При виборі методів обчислення амортизаційних відрахувань слід виходити з економічно доцільних середніх строків функціонування засобів праці, необхідності забезпечення повного відшкодування вартості основних фондів і врахування особливостей їх техніко-економічного старіння. У міру розвитку техніки, удосконалення технології та організації виробництва змінюються тривалість і характер використання окремих видів основних фондів, виникає об'єктивна необхідність скорочення нормативних строків їхнього функціонування. У зв'язку з цим норми амортизаційних відрахувань періодично треба переглядати та уточнювати.

Відповідно до Податкового Кодексу України **методами амортизації** є:

1. *пропорційні (лінійні)*;
2. *регресивні (методи прискореної амортизації)*: метод залишку, що знижується, кумулятивний метод.

4. Відтворення та використання основних фондів

Фізичне спрацювання та моральне старіння діючих основних фондів можна усунути частково або повністю, застосовуючи різні форми відтворення.

Залежно від результатів зміни споживчої вартості основних фондів виділяють **просте** і **розширене** відтворення основних фондів.

Просте відтворення основних фондів здійснюється шляхом проведення відповідних ремонтів та заміни застарілих об'єктів.

Ремонт основних фондів – це відновлення фізично зношених окремих конструктивних елементів (вузлів, деталей) і підтримання основних фондів у працездатному стані протягом усього терміну їх служби.

За економічним змістом ремонт можна поділити на поточний, капітальний і відновний.

Розширене відтворення основних фондів здійснюється в процесі: технічного переоснащення підприємства, реконструкції діючого підприємства, розширення діючого підприємства, нового будівництва, модернізації діючого виробничого обладнання.

Для оцінки **технічного стану та руху** основних фондів підприємства використовуються показники:

1. *Коефіцієнт зносу основних фондів ($K_{зн}$)*

$$K_{зн} = \frac{C_{зн}}{C_{перв}},$$

де $C_{зн}$ – вартість зносу (амортизація);

$C_{перв}$ – первісна вартість основних фондів.

2. *Коефіцієнт придатності основних фондів ($K_{прид}$)*

$$K_{прид} = \frac{C_{зал}}{C_{перв}},$$

де $C_{зал}$ – залишкова вартість основних фондів.

3. *Коефіцієнт введення основних фондів*

$$K_{вв} = \frac{C_{введ}}{C_k},$$

де $C_{введ}$ – вартість введених основних фондів;

C_k – вартість основних фондів на кінець аналітичного періоду.

4. *Коефіцієнт вибуття основних фондів*

$$K_{виб} = \frac{C_{виб}}{C_n},$$

де $C_{виб}$ – вартість основних фондів, що вибули протягом звітного періоду;

C_n – вартість основних фондів на початок року.

Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення поняттям «основний капітал», «основні фонди» підприємства?
2. За якими ознаками класифікують основні фонди підприємства?
3. Що таке виробнича структура основних фондів?
4. Які вам відомі види вартісної оцінки основних фондів?
5. Дайте характеристику видам зносу основних фондів.
6. У чому полягає сутність простого та розширеного відтворення основних фондів?
7. Дайте визначення поняттю «амортизація».
8. Які методи амортизації застосовуються в практиці господарювання підприємств?
9. За якими показниками оцінюють технічний стан та рух основних фондів підприємства?

ТЕМА 7. ОБОРОТНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА

1. *Сутність, структура, джерела формування оборотного капіталу.*
2. *Нормування оборотного капіталу.*
3. *Ефективність використання оборотного капіталу.*

1. Сутність, структура, джерела формування оборотного капіталу

Для забезпечення процесу виробництва підприємства поряд з основним капіталом повинні мати оборотний капітал.

Оборотний капітал – частина постійного капіталу підприємства у грошовому виразі, що спрямовується у створення оборотних активів, які обслуговують його виробничо-комерційну діяльність і повністю споживаються в процесі одного операційного циклу й переносять свою вартість на виготовлений продукт та є джерелом і засобом отримання прибутку.

У практиці планування та обліку господарської діяльності до оборотного капіталу включають наступні елементи: виробничі запаси; незавершене виробництво та напівфабрикати власного виготовлення; витрати майбутніх періодів; готову продукцію; товари; векселі одержані; дебіторську заборгованість; поточні фінансові інвестиції; грошові кошти та їх еквіваленти; інші оборотні активи.

Співвідношення між окремими елементами оборотних активів виражене у відсотках до їх загальної вартості, називається *структурою оборотного капіталу*.

Формування й регулювання окремих елементів оборотного капіталу має свої особливості. З огляду на це виокремлюють оборотний капітал у сферах виробництва та обігу, а також розподіляють його на нормований та ненормований.

Оборотний капітал у сфері виробництва вступає у виробництво в своїй натуральній формі (сировина, матеріали тощо) і в процесі виготовлення продукції цілком споживається і переносить свою вартість на створений продукт.

Оборотний капітал у сфері обігу пов'язаний з обслуговуванням процесу товарообігу. Він не приймає участі у створенні вартості, а є її носієм. Після закінчення виробничого циклу, виготовлення продукції та її реалізації, вартість оборотного капіталу повертається в складі виручки від реалізації продукції. Це і створює можливість систематично поновлювати процес виробництва, який здійснюється шляхом безперервного кругообігу оборотного капіталу.

Нормований оборотний капітал – це елементи оборотних активів, мінімальні запаси і витрати яких постійно потрібні підприємству і через це вони плануються (нормуються). До них відносяться всі елементи оборотного капіталу у сфері виробництва і готова продукція. З цих елементів на підприємствах визначається *норма оборотного капіталу* – економічно обґрунтований мінімальний розмір запасів товарно-матеріальних цінностей, достатній для забезпечення безперервного процесу виробництва і реалізації продукції.

До *ненормованого оборотного капіталу* належать всі елементи оборотного капіталу у сфері обігу за мінусом готової продукції. Ці елементи оборотного капіталу не плануються.

Ритмічність і висока результативність роботи підприємства значною мірою залежить від його забезпечення оборотним капіталом та відповідними джерелами фінансування. За джерелами формування оборотний капітал розподіляють на власний та позиковий. До *власних* належать статутний фонд, тобто кошти, які має підприємство в момент його організації й сталі пасиви - кошти, що прирівняні до власних, належать підприємству, але перебувають у господарському обороті у вигляді нормальної заборгованості по заробітній платі між періодами її виплати персоналу підприємства та відрахувань на соціальне страхування.

Додаткова потреба в оборотному капіталі задовольняється за рахунок *позикових коштів* у вигляді короткострокових кредитів банку та нормальної перехідної заборгованості постачальникам.

2. Нормування оборотного капіталу

Для забезпечення безперервного процесу виробництва продукції велике значення має процес *нормування оборотного капіталу* (розрахунок нормативів),

Відомі три методи розрахунку нормативів оборотного капіталу: аналітичний, коефіцієнтний і прямого рахунку. Аналітичний (дослідно-статистичний) метод передбачає ретельний аналіз наявних товарно-матеріальних цінностей з наступним коригуванням фактичних запасів та вилученням з них надлишкових. Коефіцієнтний метод полягає в уточненні чинних на початок розрахункового періоду нормативів власного оборотного

капіталу згідно зі змінами в цьому періоді показників виробництва, що впливають на величину цих коштів. Метод прямого рахунку – це науково обґрунтований розрахунок нормативів за кожним нормованим елементом оборотного капіталу (виробничим запасам, незавершеному виробництву, витратам майбутніх періодів, залишкам готової продукції).

Норматив оборотного капіталу – це його мінімальний плановий розмір, необхідний для нормального функціонування підприємства.

Визначення нормативів оборотного капіталу за окремими елементами має такі особливості:

1. *Норматив власного оборотного капіталу у виробничих запасах* визначається шляхом множення денної потреби у визначеному виді матеріальних ресурсів на норму запасів у днях.

Норма запасів матеріальних ресурсів – це мінімально необхідна кількість днів, на яку треба визначити запас матеріалів для нормального функціонування підприємства.

Транспортний запас створюється за випадку перевищення термінів вантажообігу порівняно з термінами документообігу на підприємствах, вилучених від постачальників на значні відстані.

Підготовчий запас пов'язаний з необхідністю приймання, розвантаження, сортування та складування виробничих запасів. Норми часу встановлюються за допомогою хронометражу.

Технологічний запас створюється за випадків, коли даний вид сировини має потребу в попередній обробці (наприклад, на підсушування сировини, підігрів).

Поточний запас – основний вид запасу, необхідний для безперебійної роботи підприємства між двома суміжними поставками, визначається в натуральних одиницях.

2. *Норматив оборотних коштів у незавершеному виробництві.* Величина цього нормативу залежить від обсягу продукції, що виробляється, собівартості окремих її видів і характеру розподілу витрат протягом виробничого циклу.

3. *Норматив оборотних коштів у залишках готової продукції* визначається як добуток одноденного випуску продукції за виробничою собівартістю на норму запасу готової продукції на складі в днях.

У свою чергу, норма запасу складається з кількості днів, яка необхідна для підготовки продукції до реалізації (комплектація, пакування, фасування, відвантажування споживачам тощо).

4. *Норматив оборотних коштів у витратах майбутніх періодів* розраховується виходячи з залишків коштів на початок періоду і суми витрат, які необхідно буде здійснити в плановому періоді за мінусом суми для майбутнього погашення витрат за рахунок собівартості продукції.

Сукупний норматив оборотного капіталу підприємства на розрахунковий (плановий) період – загальна сума нормативів, обчислених для окремих елементів (виробничих запасів, незавершеного виробництва, витрат майбутніх періодів та залишків готової продукції).

3. Ефективність використання оборотного капіталу

Метою підвищення ефективності оборотного капіталу є досягнення в інтересах трудового колективу підприємства максимальних результатів при оптимальних витратах.

Оборотний капітал підприємств становить значну частину їхніх матеріально-грошових активів. Тому раціональне та економне його використання має неабияке економічне значення.

Для оцінки ефективності використання оборотного капіталу виробничих підприємств застосовують певні показники:

- коефіцієнт оборотності;
- коефіцієнт завантаження;
- тривалість одного обороту.

Коефіцієнт оборотності визначає скільки оборотів можуть зробити оборотні кошти за певний розрахунковий період часу та показує ту кількість продукції, яка припадає на 1 грн. вартості оборотних коштів. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів визначається відношенням реалізованої за рік продукції до середньорічного залишку оборотних коштів.

Коефіцієнт завантаження – величина, зворотна коефіцієнту оборотності. Він показує, скільки оборотних коштів підприємства приходить на 1 грн. реалізованої продукції.

Період обороту характеризує тривалість одного обороту оборотних коштів у днях.

При розрахунку тривалості одного обороту кількість днів у році приймають рівним 360, а в кварталі – 90. Чим *більше оборотів* здійснюють оборотні кошти на підприємстві за певний період в порівнянні з минулим, тим більш ефективне їх використання. Чим *менше тривалість одного обороту*, тим більше оборотів здійснюють оборотні кошти за період, тим більше продукції можна виробити і реалізувати при тій же сумі коштів або вивільнити їх для виконання інших завдань. Прискорення оборотності оборотних коштів – скорочення тривалості одного обороту, результатом якого є їх вивільнення.

У сучасних умовах одним з найважливіших завдань підприємства є прискорення оборотності оборотних коштів. На стадії створення виробничих запасів – це застосування економічно обґрунтованих норм запасу, наближення постачальників сировини, матеріалів, п/ф, комплектуючих виробів до споживачів; використання прямих зв'язків; механізація і автоматизація навантажувально-розвантажувальних робіт на складах.

На стадії незавершеного виробництва – прискорення освоєння науково-технічного прогресу, вдосконалення форм організації промислового виробництва.

На стадії реалізації – вдосконалення системи розрахунків, наближення споживачів продукції до її виробників, збільшення реалізації за прямими зв'язками.

Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення поняттю «оборотний капітал» підприємства?
2. За якими ознаками класифікують оборотний капітал підприємства?
3. Розкрийте сутність нормування оборотного капіталу.
4. За якими елементами нормують оборотний капітал?
5. Назвіть показники оцінки ефективності використання оборотного капіталу.
6. До яких результатів діяльності підприємства приводить прискорення оборотності оборотних коштів?

ТЕМА 8. ПЕРСОНАЛ, ПРОДУКТИВНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ ТА ОПЛАТА ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

1. *Персонал підприємства: класифікація і структура.*
2. *Продуктивність праці та методи її вимірювання.*
3. *Оплата праці на підприємстві, її форми та системи.*

1. Персонал підприємства: класифікація і структура

Персонал підприємства – це сукупність постійних працівників, що отримали необхідну професійну підготовку та (або) мають досвід практичної діяльності.

Характеристика персоналу підприємства здійснюється за наступними ознаками класифікації.

1. *За характером участі в господарській діяльності* весь персонал підприємства підрозділяється на:

- виробничий персонал
- невиробничий персонал.

2. *За характером виконуваних функцій* весь персонал підприємства поділяється на 4 категорії:

- робітники;
- службовці;
- спеціалісти;
- керівники.

Важливим напрямом класифікації персоналу підприємства є його розподіл за професіями, спеціальностями та кваліфікаціями.

За рівнем кваліфікації робітників поділяють на чотири групи: висококваліфіковані, кваліфіковані, малокваліфіковані й некваліфіковані.

Рівень кваліфікації керівників, фахівців і службовців залежить від рівня освіти та досвіду роботи. Розрізняють чотири групи спеціалістів: найвищої кваліфікації, вищої кваліфікації, середньої кваліфікації, практиків.

Класифікація персоналу підприємства може здійснюватися також за наступними ознаками: статтю та віком, стажем роботи, посадами.

Персонал підприємства має кількісні, якісні та структурні характеристики, які з найменшим або найбільшим ступенем достовірності можуть бути визначені такими абсолютними або відносними показниками:

- облікова та явочна чисельність працівників підприємства на конкретну дату;
- середньооблікова чисельність працівників підприємства за визначений період;
- питома вага працівників окремих підрозділів у загальній чисельності працівників;
- темпи зростання чисельності працівників підприємства за визначений період;
- середній розряд робітників підприємства;
- питома вага службовців, які мають середню або спеціальну освіту, в загальній чисельності працівників підприємства;
- середній стаж роботи за спеціальністю керівників та спеціалістів підприємства;
- плинність кадрів;
- фондоозброєність праці робітників підприємства.

Трудовий потенціал підприємства за чисельним складом, рівнем кваліфікації не є постійною величиною, він увесь час змінюється: звільняються одні працівники, приймаються інші. Зміни такого роду характеризуються плинністю кадрів.

Коефіцієнт плинності – відношення чисельності працівників підприємства, що вибули чи звільнених за даний період на середньооблікову чисельність за той же період.

2. Продуктивність праці та методи її вимірювання

Продуктивність праці – це показник, який характеризує ефективність праці в процесі виробництва продукції та показує здатність працівника випускати визначену кількість продукції за одиницю часу.

Рівень продуктивності праці характеризується показником **виробітку**, який показує кількість продукції, що виготовлено за одиницю часу або приходиться на одного середньооблікового працівника.

Методи вимірювання продуктивності праці розрізняються залежно від способів визначення обсягів продукції, що виробляється. Існує три методи визначення виробітку:

1. *натуральний* передбачає визначення виробітку шляхом ділення обсягу виробленої продукції в натуральних одиницях на кількість затраченого часу в нормо-годинах; різновидом натуральних вимірників обчислення виробітку є умовно-натуральні;

2. *вартісний* – визначення виробітку шляхом ділення обсягу виробленої продукції в грошовому вираженні до затрат часу, вираженого в середньообліковій чисельності працівників, або відпрацьованій ними кількості людино-днів, людино-годин);

3. *трудоий* – визначення виробітку шляхом ділення обсягу продукції, представленої в затратах робочого часу в нормо-годинах, на кількість працівників).

Оберненим показником до виробітку є показник *трудомісткості*. Під **трудомісткістю** продукції розуміється сума всіх витрат праці на виробництво одиниці продукції на даному підприємстві.

За характером та призначенням витрат праці розрізняють *нормативну, фактичну та планову* трудомісткість.

Планування продуктивності праці здійснюється *методом прямого рахунку та пофакторним методом*.

Зростання продуктивності праці на будь-якому підприємстві залежить від зовнішніх і внутрішніх чинників, які можна об'єднати в три групи: *техніко-технологічні, організаційні, соціально-економічні*.

3. Оплата праці на підприємстві, її форми та системи

Заробітна плата – це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором власник 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.

Як важлива соціально-економічна категорія заробітна плата в ринковій економіці має виконувати такі функції:

1. *відтворювальну* – як джерела відтворення робочої сили та засобу залучення людей до праці;
2. *стимулюючу* – установлення залежності рівня заробітної плати від кількості, якості та результатів праці;
3. *регулюючу* – як засіб розподілу та перерозподілу кадрів по регіонах країни, галузях економіки з урахуванням ринкової кон'юнктури;
4. *соціальну* – забезпечення соціальної справедливості, однакової винагороди за однакоvu працю.

Заробітна плата робітників і службовців складається з *основної заробітної плати, додаткової заробітної, інших заохочувальних та компенсаційних виплат*.

Особливе місце в системі оплати праці займає *мінімальна заробітна плата*, що є законодавчо встановленим розміром заробітної плати за просту, некваліфіковану працю, нижче якого не може провадитися оплата за виконану працівниками місячну, годинну норму праці.

Основою організації заробітної плати на підприємствах є **тарифна система**, що є сукупністю нормативів, які забезпечують можливість здійснювати диференціацію та регулювання заробітної плати різних груп і категорій працівників залежно від якісних характеристик їх праці.

Тарифна система включає наступні елементи:

1. тарифну сітку;
2. тарифні ставки;

3. тарифно-кваліфікаційні довідники.

На підприємствах найбільш часто використовують дві форми оплати праці: *погодинну та відрядну*.

Погодинна форма передбачає оплату праці в залежності від відпрацьованого часу та рівня кваліфікації. Ця форма має такі *системи*:

- *пряма погодинна;*
- *погодинно-преміальна система.*

Відрядна форма оплати праці передбачає залежність суми заробітку від кількості виготовлених виробів або обсягу виконаних робіт за визначений період часу. Відрядна форма має такі *системи*:

- *пряма відрядна;*
- *відрядно-преміальна;*
- *відрядно-прогресивна;*
- *непряма відрядна акордна система колективна система.*

За сучасних умов на багатьох підприємствах знайшла своє застосування *безтарифна система оплати праці, система посадових окладів, безтарифна система оплати праці, контрактна система оплати праці, система участі в прибутках.*

Фонд оплати праці є загальною сумою витрат на оплату праці працівників підприємства та виплат соціального характеру.

Загальний фонд оплати праці на підприємстві складається з фонду тарифної заробітної плати погодинників і відрядників і цілого ряду доплат, тому планування фонду оплати праці починають з розрахунку саме фондів тарифної оплати праці. Просумувавши фонди тарифної заробітної плати погодинників і відрядників і доплати по преміальних системах, одержують *фонд основної заробітної плати*. Додавши до цього фонду інші види доплат, одержують годинний, денний, місячний і річний фонди оплати праці.

Питання для самоконтролю:

1. Які ознаки покладено в основу класифікації персоналу підприємства?
2. Визначте сутність поняття «продуктивність праці» та охарактеризуйте систему показників, за допомогою яких її вимірюють.
3. Яка система включає тарифну сітку, тарифні ставки, тарифно-кваліфікаційні довідники?
4. Які форми та системи організації заробітної плати застосовуються на підприємстві?

ТЕМА 9. ІНВЕСТИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

1. Сутність, класифікація та джерела формування інвестицій.
2. Оцінка ефективності реальних інвестицій.
3. Оцінка ефективності фінансового інвестування.

1. Сутність, класифікація та джерела формування інвестицій

Інвестиції – це довгострокові вкладення коштів як у межах підприємства, так і поза ними з метою створення нових та модернізації існуючих виробничих потужностей, освоєння нових технологій та техніки, зростання виробництва та отримання прибутку. Законом України «Про інвестиційну діяльність» інвестиції визначаються як усі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, у результаті яких створюється прибуток (доход) або досягається соціальний ефект.

До майнових та інтелектуальних цінностей належать кошти, цільові банківські внески, акції, рухоме та нерухоме майно, майнові права, сукупність технічних, технологічних, комерційних знань, що оформлені у вигляді технічної документації, виробничого досвіду, необхідних для організації того або іншого виду виробництва, але не запатентованих («ноу-хау»), права користування землею, водою, ресурсами, спорудами, устаткуваннями.

Види інвестицій за різними класифікаційними ознаками.

1. За об'єктами вкладення капіталу інвестиції поділяються:

а) *реальні інвестиції* – це вкладення капіталу у відтворення основних фондів, в інноваційні нематеріальні активи, у приріст запасів товарно-матеріальних цінностей та інші об'єкти інвестування, пов'язані зі здійсненням операційної діяльності підприємства.

б) *фінансові інвестиції* – це вкладення капіталу у фінансові об'єкти інвестування.

в) *інноваційні інвестиції* – це фінансування якісно нових технічних, технологічних, конструкторських та організаційних рішень, тобто інвестування в нематеріальні активи.

2. За характером участі в інвестуванні:

а) *прямі інвестиції* характеризуються безпосередньою участю підприємства у виборі об'єктів інвестування та вкладення капіталу;

б) *непрямі інвестиції* характеризуються інвестуванням капіталу підприємства за посередництвом інших суб'єктів господарювання.

3. За формами власності:

а) *приватні інвестиції* – це інвестування капіталу фізичними і юридичними особами;

б) *державні інвестиції* – це вкладення капіталу державних підприємств;

в) *змішані інвестиції* – це інвестування як приватного так і державного капіталу;

г) *іноземні інвестиції* – це інвестиції міжнародних та іноземних підприємств і організацій, іноземних громадян, іноземних держав.

4. *За регіональною (або географічною) ознакою:*

- а) інвестиції в економіку регіону;
- б) інвестиції в економіку держави;
- в) інвестиції за кордон.

5. *За періодом інвестування виділяють:*

- а) короткострокові інвестиції – на період, не більш одного року;
- б) середньострокові інвестиції – на період від 1 до 3 років;
- в) довгострокові інвестиції – на період більше 3 років.

2. Оцінка ефективності реальних інвестицій

Реальні інвестиції – це періодично здійснюванні витрати капіталу на відтворення основних фондів і об'єктів соціальної інфраструктури підприємства.

Розрізняють три форми реальних інвестицій.

1. *Капітальні інвестиції* – це інвестиції у відтворення основних фондів підприємства:

2. *Інноваційні інвестиції* – це вкладення капіталу в нематеріальні активи підприємства з метою використання в діяльності підприємства нових наукових і технологічних знань.

3. *Інвестиції в матеріальні оборотні активи* – це інвестиції в приріст запасів матеріальних оборотних активів підприємства з метою забезпечення необхідної пропорційності в розвитку основних та оборотних активів підприємства.

Ефективність реальних інвестицій характеризує економічні, соціальні або інші результати господарської діяльності підприємства.

Офіційна **методика** визначення ефективності капіталовкладень містить загальні положення, описані нижче.

1. Розрахунки економічної ефективності капіталовкладень застосовуються під час:

- а) розроблення різних проектних і планових документів;
- б) оптимізації розподілу реальних інвестицій за різними формами відтворення основних фондів;
- в) оцінки ефективності витрачання власних коштів підприємства.

2. Здійснюючи розрахунки, визначають загальну економічну ефективність як відношення ефекту (результату) до суми капіталовкладень, що зумовили цей ефект. При цьому враховується чинник часу. На підприємствах економічним ефектом капіталовкладень слугує приріст прибутку.

3. З метою всебічного обґрунтування й аналізу економічної ефективності капіталовкладень, виявлення резервів її підвищення використовують систему узагальнюючих і поодиноких показників:

а) узагальнюючі показники – це період окупності капіталовкладень та питомі капіталовкладення (у розрахунку на одиницю приросту виробничої потужності або продукції) – капіталомісткість;

б) поодинокі – продуктивність праці, фондівіддача, матеріаломісткість, собівартість, якість, тривалість інвестиційного циклу тощо.

4. Під час визначення ефективності капіталовкладень слід виключити вплив на сумарний економічний ефект так званих неінвестиційних чинників, тобто дію заходів, здійснення яких не потребує капіталовкладень.

Процес здійснення інвестиційної діяльності потребує здійснення на підприємстві різноманітних фінансових розрахунків, які пов'язані з грошовими потоками у різні періоди часу. Важливу роль у цьому відіграє оцінка вартості грошей в часі, концепція якої базується на тому, що вартість грошей з часом змінюється. Оскільки інвестування – це тривалий процес, у практиці інвестиційної діяльності здебільшого порівнюють вартість грошей на початку року інвестування з вартістю їхнього повернення у вигляді майбутнього прибутку, амортизаційних відрахувань тощо. При цьому використовують дві категорії – *майбутня вартість грошей* та *їх дійсна (теперішня вартість)*.

Майбутня вартість грошей сумою інвестованих у теперішній час коштів, на яку вони перетворюються через певний період з урахуванням певної ставки відсотків.

Теперішня вартість – це сума майбутніх коштів, що приведено згідно з відповідною ставкою відсотку до теперішнього часу.

3. Оцінка ефективності фінансових інвестицій

Фінансові інвестиції – це вкладення капіталу у фінансові об'єкти інвестування, із метою одержання доходу (прибутку) у майбутньому.

Фінансове інвестування здійснюється підприємством у наступних основних формах.

1. *Вкладення капіталу в установчі фонди спільних підприємств.*
2. *Вкладення капіталу в доходні види грошових інструментів (депозитні вклади в комерційному банку).*
3. *Вкладення капіталу в доходні види фінансових інструментів (різні види цінних паперів, які вільно обертаються на фондовому ринку).*

Фінансовий інструмент – це цінний папір, або оформлений відповідно до вимог законодавства документ, що підтверджує право власності на цінні папери або їхні похідні, валютні цінності, придбання (поставку) у певний строк цінних паперів або валютних цінностей й інші види фінансових активів, вільний обіг яких не забороняється й не обмежений законодавством.

Так як рівень доходності обирає сам інвестор, то цей показник формує і суму інвестиційних витрат в будь-який інструмент фінансового інвестування, який має забезпечувати йому очікуваний рівень прибутковості. Така розрахункова сума інвестиційних витрат представляє собою реальну вартість фінансового інструменту інвестування, яка складається в умовах очікуваного рівня прибутковості з урахуванням відповідного рівня ризику.

Показники оцінки ефективності випуску та обігу цінних паперів такі:

- номінальна вартість акції;
- капіталізована вартість акцій;

- курс акцій;
- додатковий дохід на акцію;
- коефіцієнт емісійної вартості акцій;
- коефіцієнт забезпеченості привілейованих акцій;
- коефіцієнт ліквідності акцій;
- норма доходності облігацій;
- поточна доходність облігацій.

Оцінка ефективності того чи іншого фінансового інструменту інвестування зводиться до оцінки його реальної вартості, яка забезпечує отримання очікуваної норми прибутку.

Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення поняттю «інвестиції».
2. За якими ознаками класифікують інвестиції? Охарактеризуйте їх основні види.
3. Дайте визначення реального інвестування та охарактеризуйте форми його здійснення.
4. Яким чином визначається ефективність реальних інвестицій в умовах ринкових відносин?
5. Надайте визначення та характеристику форм фінансових інвестицій.
6. Які особливості фінансових інвестицій потрібно враховувати під час визначення їх ефективності?
7. Яким чином визначається реальна вартість цінних паперів?
8. Що є ефектом від здійснених фінансових інвестицій?

ТЕМА 10. ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

1. *Сутність інновацій та загальна характеристика інноваційних процесів.*
2. *Науково-технічний прогрес, науково-технічна революція.*
3. *Організаційний прогрес, організація виробництва і праці.*

1. Сутність інновацій та загальна характеристика інноваційних процесів

У відповідності з міжнародними стандартами **інновація** – це кінцевий результат інноваційної діяльності, що знайшов втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу, що використовується в практичній діяльності або в новому підході до соціальних послуг.

Неодмінними **властивостями інновації** є: науково-технічна новизна, виробнича застосовність, комерційна реалізованість.

Усю сукупність процесів, що відбуваються на підприємствах різних галузей, можна умовно поділити на дві групи – **традиційні та інноваційні**.

Традиційні процеси характеризують звичайне функціонування підприємства.

Інноваційні процеси – розвиток підприємства на якісно новому рівні.

Інноваційний процес – процес перетворення наукового знання в фізичну реальність, тобто це процес створення, освоєння та розповсюдження нововведення, що задовольняє новим суспільним потребам.

Головна риса інноваційного процесу – обов'язкове завершення інновацій, тобто одержання результату, придатного для практичної реалізації. Але на відміну від науково-технічного прогресу інноваційний процес закінчується впровадженням – появою на ринку нового продукту або технології.

Діяльність, що представляє інноваційний процес, в економічному розумінні розпадається на окремі ділянки, що відрізняються між собою. Дослідження, розробки, підготовка до виробництва, виробництво та збут є основною стадією інноваційного процесу. Основним завданням цих стадій є обробка інформації з метою реалізації продуктів розумової праці у вигляді нових виробів, технологій.

Таким, чином інноваційний процес складається з окремих стадій, що відрізняються організацією праці, управлінням, фінансуванням та є єдиним потоком.

Інноваційний процес охоплює цикл обробки науково-технічної ідеї до її реалізації на комерційній основі. Таким чином, інноваційний процес визначається як комплекс послідовних робіт від отримання теоретичного знання до використання споживачем товару, створеного на основі нового знання.

Виокремлюють наступні види інноваційних процесів: *технічні, організаційні, економічні, соціальні, юридичні.*

Відповідно Закону України «Про інвестиційну діяльність» **інноваційна діяльність** – це одна із форм інвестиційної діяльності, що здійснюється з метою впровадження науково-технічного прогресу до виробництва та соціальної сфери. Ця діяльність включає наступне:

- випуск і розповсюдження принципово нових видів техніки та технології;
- прогресивні міжгалузеві структурні зрушення;
- реалізацію довгострокових науково-технічних програм з великими строками окупності витрат;
- фінансування фундаментальних досліджень для здійснення якісних змін у стані продуктивних сил;
- розробку та впровадження нової ресурсозберігаючої технології, призначеної для поліпшення соціального та економічного становища.

Інноваційна діяльність – це пошук можливостей, що забезпечують практичне використання наукового, науково-технічного результату та інтелектуального потенціалу з метою одержання нового або вдосконаленого

продукту, способу його виробництва та задоволення суспільних потреб в конкурентоспроможних товарах і послугах.

Різновидами інноваційної діяльності можуть бути:

- підготовка та організація виробництва, які охоплюють придбання виробничого обладнання, зміни в них, а також у методах і стандартах виробництва та контролю якості;

- виробничі розробки, які містять модифікації продукту та технологічного процесу, перепідготовку персоналу для використання нових технологій та обладнання, а також пробне виробництво;

- маркетинг продукції;

- придбання патентів, ліцензій, ноу-хау, торговельних марок;

- придбання нових машин та обладнання.

2. Науково-технічний прогрес, науково-технічна революція

Науково-технічний прогрес – це процес нагромадження та практичної реалізації нових наукових і технічних знань, цілісна циклічна система «наука – техніка – виробництво», що охоплює кілька **стадій**:

1. фундаментальні теоретичні дослідження;

2. прикладні науково-дослідні роботи;

3. дослідно-конструкторські розробки;

4. освоєння технічних нововведень;

5. нарощування виробництва нової техніки до потрібного обсягу, її експлуатація протягом певного часу;

6. техніко-економічне, екологічне й соціальне старіння виробів, їх заміна новими, більш ефективними зразками.

Науково-технічному прогресу властиві наступні **форми**:

1. *еволюційні* – поліпшення окремих техніко-експлуатаційних параметрів виробів чи технології їхнього виготовлення, модернізацію або створення нових моделей машин, обладнання, приладів і матеріалів у межах того самого покоління техніки;

2. *революційні* – виникнення принципово нових науково-технічних ідей, у процесі яких здійснюється масовий перехід до нових поколінь техніки в провідних галузях виробництва.

Науково-технічна революція відображає докорінну якісну трансформацію суспільного розвитку на засаді новітніх наукових відкриттів, що справляють революціонізуючий вплив на зміну знарядь і предметів праці, технології, організації та управління виробництвом, характеру трудової діяльності людей.

Зміст сучасної науково-технічної революції більш повно розкривається через її особливості, зокрема:

- перетворення науки на безпосередню продуктивну силу;

- прискорення темпів розвитку сучасної науки і техніки, що підтверджується скороченням проміжку часу від наукового відкриття до його практичного використання;

- інтеграція багатьох галузей науки, самої науки з виробництвом з метою прискорення й підвищення ефективності всіх сучасних напрямків науково-технічного прогресу;
- якісне перетворення всіх елементів процесу виробництва – засобів праці, предметів праці, самої праці.

3. Організаційний прогрес, організація виробництва і праці

Суть **організаційного прогресу** полягає в удосконаленні існуючих та застосуванні нових методів і форм організації виробництва та праці, елементів господарського механізму в усіх ланках управління економікою.

Організаційному прогресу властиві певні **особливості**, що відрізняють його від науково-технічного прогресу.

По-перше, науково-технічний прогрес є безпосереднім і головним чинником зростання ефективності виробництва, а організаційний прогрес забезпечує реалізацію створюваних науково-технічним прогресом потенційних можливостей інтенсифікації виробничо-трудова процесів.

По-друге, створення і впровадження нової техніки й технології, застосування нових конструкційних матеріалів та освоєння нових виробів призводять до зниження трудомісткості їхнього виготовлення, а вдосконалення організації виробництва й праці дає змогу зменшити втрати робочого часу і простої устаткування.

По-третє, практична реалізацію окремих напрямів науково-технічного прогресу постійно пов'язано з великими затратами суспільної праці, матеріальних і фінансових ресурсів; здійснення ж заходів організаційного характеру в багатьох випадках не потребує нових витрат.

Організація виробництва – певним чином упорядкована й скоординована в часі та просторі система взаємодії провідних елементів виробничого процесу, тобто персоналу підприємства, знарядь і предметів праці; вона охоплює всі ланки виробництва (від робочого місця на окремому підприємстві до групи підприємств однієї або різних галузей виробничої сфери).

У зв'язку з цим необхідно розрізняти **локальні та суспільні форми організації виробництва**.

Локальні форми організації виробництва включають: розподіл та інтеграцію виробничих процесів усередині підприємства; раціональне поєднання всіх елементів процесу виробництва в межах дільниці, цеху, підприємства в цілому.

Суспільні форми організації виробництва виникають і розвиваються внаслідок загального та часткового розподілу праці. До них належать: концентрація, деконцентрація, оптимізація розмірів виробництва в межах галузі; комбінування різногалузевого виробництва, диверсифікація підприємств.

Складовою частиною організації виробництва служить *організація праці*, що визначає технологію інтегрування окремих працівників у

комбіновану робочу силу, сукупну живу працю, спроможну продукувати матеріальні блага й духовні цінності.

Організація праці – певне сполучення працівників у часі і просторі для досягнення найбільшої ефективності трудових процесів за умов конкретно застосовуваної технології та організації виробництва.

До організаційного прогресу треба відносити вдосконалення не лише безпосередньо процесів виробництва і праці, а й функціонування окремих, чи всієї сукупності елементів господарського механізму – системи управління, планування фінансування, матеріального стимулювання, матеріально-технічного забезпечення, науково-технічного обслуговування. Постійна раціоналізація системи господарювання є важливою передумовою поліпшення організації трудової діяльності персоналу, засобом поєднання науково-технічного та організаційного прогресу, що, у свою чергу забезпечує підвищення ефективності виробництва.

Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення поняттю «інновації».
4. Визначте сутність інноваційного процесу. З яких окремих стадій складається інноваційний процес?
5. Розкрийте технічні, економічні та соціальні результати інновацій.
6. Суттєва характеристика науково-технічного прогресу.
7. Поняття та ключові особливості сучасної науково-технічної революції.
8. Які особливості відрізняють організаційний прогрес від науково-технічного прогресу?
9. Дайте визначення та охарактеризуйте організацію виробництва та організацію праці.

ТЕМА 11. ТЕХНІКО-ТЕХНОЛОГІЧНА БАЗА ПІДПРИЄМСТВА

1. Характеристика техніко-технологічної бази виробництва. Лізинг як форма оновлення.

2. Організаційно-економічне управління технічним розвитком підприємства.

1. Характеристика техніко-технологічної бази виробництва.

Лізинг як форма оновлення

Техніко-технологічна база підприємства виробничої сфери – системна сукупність найбільш активних елементів виробництва, яка визначає технологічний спосіб одержання продукції (виконання робіт, надання послуг), здійснюваний за допомогою машинної техніки (устаткування, приладів, апаратів), різноманітних транспортних, передавальних, діагностичних та інформаційних засобів, організованих у технологічні системи виробничих підрозділів і підприємства в цілому.

Загальна характеристика техніко-технологічної бази передбачає виділення складових її елементної структури:

– *Технічна компонента* включає: виробниче устаткування, транспортно-переміщуючі машини і засоби; сукупність устаткування для забезпечення виробництва всіма видами енергії; інформаційно-обчислювальна техніка.

– *Технологічна компонента*: операції переміщення, складування; сукупність методів переробки ресурсів та отримання готової продукції; комплекс технологічної документації загального та спеціального призначення.

Техніко-технологічна база кількісно та якісно відрізняється від основних виробничих фондів підприємства. До складу технічної компоненти бази входять лише ті види знарядь і засобів праці, які беруть безпосередню участь у реалізації виробничих технологій.

Розвиток техніко-технологічної бази виробництва потребує значних інвестиційних ресурсів. В разі тимчасового браку чи нестачі власних інвестицій і сучасних засобів праці підприємства можуть скористатися таким методом фінансування, як **лізинг** (оренда на тривалий термін рухомого й нерухомого майна).

Об'єктом лізингу може бути будь-яке нерухоме й рухоме майно, що належить до основних фондів (машини, устаткування, транспортні засоби, обчислювальна та інша техніка, системи телекомунікацій). Не можуть бути об'єктами лізингу земельні ділянки та інші природні об'єкти (мисливські угіддя, ліси, водоймища тощо).

Лізинг класифікується за такими ознаками:

1. *За строком використання об'єкта лізингу*: оперативний (із неповною окупністю), фінансовий (із повною окупністю).

2. *За масштабом поширення лізингових відносин*: внутрішній, міжнародний.

3. *За характером лізингових операцій*: сервісний, зворотний.

Оперативний лізинг являє собою господарську операцію суб'єкта підприємницької діяльності, що передбачає передачу орендареві права користування матеріальними цінностями, які належать орендодавцю, на строк, що не перевищує їхньої повної амортизації з обов'язковим поверненням цих матеріальних цінностей орендодавцеві. При цьому право власності на орендоване майно залишається в орендодавця протягом усього строку оренди.

Фінансовий лізинг передбачає придбання орендодавцем матеріальних цінностей за замовленням орендаря з наступною передачею орендареві права користування такими матеріальними цінностями на строк, не менший строку їхньої повної амортизації з обов'язковою наступною передачею права власності на такі матеріальні цінності орендареві. При цьому ризики раптової загибелі й ушкодження об'єкта оренди, усі види цивільної відповідальності, які можуть виникнути у зв'язку з використанням орендованого майна, а також витрати на поточний і капітальний ремонт цього майна несе орендар.

Внутрішній лізинг за своєю сутністю і масштабом поширення буває внутрішньодержавним або загальнодержавним. Його суб'єктами є українські підприємства чи їхні інтеграційні утворення.

Міжнародний лізинг реалізується суб'єктами лізингу, які перебувають під юрисдикцією різних держав, або тоді, коли лізингове майно чи платежі перетинають державні кордони. Інакше кажучи, суб'єктами міжнародного лізингу завжди є інвестори інших країн. Це дає змогу вітчизняним підприємствам оновлювати свою технічну базу за рахунок конкурентоспроможного устаткування, транспортних та інших засобів праці зарубіжного походження.

Сервісний лізинг зазвичай застосовується за умови придбання на лізингових засадах складної техніки або такої, що зазнає швидкого техніко-економічного старіння (комп'ютерно-обчислювальна та розмножувальна техніка, транспортні засоби тощо).

Зворотний лізинг передбачає викуп лізингодавцем майна у власника і передачу цього майна в лізинг тому самому власнику.

Організаційно-правові основи здійснення лізингових операцій базуються на чинному законодавстві та інших нормативно-правових актах України, а також на укладених відповідно до цих активів договорах про лізинг (крім відносин, урегульованих нормативно-правовими актами про оренду і приватизацію державного майна). Основною правовою формою регулювання взаємовідносин між суб'єктами лізингу є договір, що укладається між ними.

Майно, передане за договором фінансового лізингу, зараховується на баланс лізингоодержувача з позначенням, що це майно взято у фінансовий лізинг. Майно, передане за договором оперативного лізингу, залишається на балансі лізингодавця, з позначкою, що його передано в лізинг.

Об'єкт лізингу протягом усього строку дії договору лізингу є власністю лізингодавця. За переходу права власності на об'єкт лізингу від лізингодавця до іншої особи договір лізингу залишається обов'язковим і для нового власника. У разі банкрутства лізингоодержувача, арешту чи конфіскації його майна об'єкт лізингу відокремлюється від загального майна лізингоодержувача та підлягає поверненню лізингодавцю, який може розпоряджатися ним на власний розсуд.

У лізингових операціях беруть участь, як правило, п'ять суб'єктів: виробник (постачальник, продавець), лізингодавець, лізингоодержувач, банк, страхова установа.

Всі витрати на утримання лізингового майна несуть лізингодавець (під час оперативного лізингу) або лізингоодержувач (під час фінансового лізингу). Основні витрати лізингоодержувача складаються із лізингових платежів за користування об'єктом лізингу.

Лізингові платежі включають: амортизаційні відрахування, плату за користування кредитними ресурсами, комісійну винагороду лізингодавцю за отримане в лізинг майно у відсотках від його балансової або середньорічної вартості, відшкодування страхових платежів за договором страхування об'єкта лізингу, інші витрати лізингодавця, передбачені договором лізингу.

В операціях міжнародного лізингу сплачуються державне мито, податок на додану вартість та акцизний збір за ввезення об'єктів лізингу на митну територію України.

2. Організаційно-економічне управління технічним розвитком підприємства

Технічний розвиток відображає процес формування та вдосконалення техніко-технологічної бази підприємства, що має бути постійно зорієнтованим на кінцеві результати його виробничо-господарської, комерційної чи іншої діяльності.

Технічний розвиток підприємства як об'єкт організаційно-економічного управління охоплює дві **форми**: підтримку техніко-технологічної бази у відповідному стані та розвиток техніко-технологічної бази шляхом удосконалення і нарощування виробництва

Оцінку технічного рівня підприємства потрібно проводити періодично один раз на декілька років у процесі аналізу та узагальнення певної системи показників. Найбільш важливими й типовими показниками технічного рівня підприємства є:

– *фондоозброєність та енергоозброєність праці* характеризують ступінь технічної оснащеності праці персоналу;

– *середній вік застосовуваних технологічних процесів, коефіцієнт використання сировини і матеріалів, частка нових технологій за обсягом або трудомісткістю продукції* – рівень прогресивності застосовуваних технологій;

– *надійність, довговічність, питома металомісткість, середній строк експлуатації, частка прогресивних видів у загальній кількості, частка технічно та економічно застарілого устаткування в загальному парку* характеризують технічний рівень виробничого устаткування;

– *ступінь охоплення робітників механізованою працею, частка обсягу продукції, що виробляється за допомогою автоматизованих засобів праці* – рівень механізації та автоматизації основного й допоміжного виробництва.

Для аналітичної оцінки рівня технічного розвитку підприємства треба застосовувати також показники, що характеризують галузеві особливості виробництва, а саме: *механоозброєність праці, коефіцієнт фізичного спрацювання устаткування, коефіцієнт технологічної оснащеності виробництва, рівень утилізації відходів виробництва, рівень забруднення природного середовища, частка екологічно чистої продукції*.

Процес економічного управління технічним розвитком підприємства включає такі основні **етапи**:

1. Постановка цілей.
2. Підготовчий.
3. Варіантний вибір рішень.
4. Планування робіт.
5. Супроводження реалізації програми.

Цілі та пріоритети технічного розвитку треба визначати згідно із загальною стратегією підприємства на тому чи іншому етапі його функціонування. Конкретні стратегічні напрями технічного розвитку підприємства можуть бути пов'язані з вирішенням завдань:

- кардинального підвищення якості виготовленої продукції, забезпечення її конкурентоспроможності на світовому й вітчизняному ринках;
- розробки й широкого впровадження ресурсозберігаючих та енергозберігаючих технологій;
- скорочення до максимально можливого рівня затрат ручної праці, поліпшення її умов і безпеки;
- здійснення всебічної екологізації виробництва згідно із сучасними вимогами до охорони навколишнього середовища.

У процесі економічного управління технічним розвитком підприємства стрижневими є завдання якісної розробки й коригування, забезпечення необхідними ресурсами, постійного відстежування здійснення запланованих програм керівниками підприємства та групою експертів, включаючи незалежних.

Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення поняттю «техніко-технологічна бази підприємства». Охарактеризуйте її структуру.
2. Чи існують відмінні риси між техніко-технологічною базою та основними виробничими фондами підприємства? Назвіть їх.
3. Назвіть та охарактеризуйте види лізингу.
4. Охарактеризуйте систему організаційно-економічного управління технічним розвитком підприємства.

ТЕМА 12. ВИТРАТИ НА ВИРОБНИЦТВО ТА РЕАЛІЗАЦІЮ ПРОДУКЦІЇ

1. *Загальна характеристика витрат.*
2. *Розробка кошторисів центрів відповідальності.*
3. *Собівартість продукції, калькуляція.*

1. Загальна характеристика витрат

Витрати на виробництво та реалізацію продукції є витратами підприємства, вираженими в грошовій формі та пов'язаними з використанням у процесі виробництва сировини та матеріалів, палива, комплектуючих, праці, основних фондів та інших витрат.

Відповідно до видів діяльності підприємства утворюються такі витрати: операційні, фінансові, інвестиційні та непередбачувані.

Під *операційними (поточними) витратами* розуміють витрати підприємства, що виникають у зв'язку з його основною діяльністю, пов'язаною з виробництвом та реалізацією продукції.

Фінансові витрати утворюються від провадження фінансової діяльності підприємства; вони можуть виникати не завжди, тому що підприємство може і не здійснювати фінансову діяльність.

Інвестиційні витрати виникають в наслідок здійснення інвестиційної діяльності підприємства та також можуть не виникати на підприємстві, оскільки не завжди воно проводить інвестиційну діяльність.

Що ж стосується *непередбачуваних витрат*, то вони мають місце взагалі зрідка, тому що виникають внаслідок надзвичайної діяльності підприємства.

Найбільшу частку в усіх витратах підприємства мають **операційні витрати**. За функціями їх поділяють таким чином: витрати на виробництво; адміністративні витрати; витрати на збут; інші операційні витрати.

Витрати на виробництво включають витрати матеріальних і трудових ресурсів, які безпосередньо пов'язані з виробництвом продукції (витрачені сировина та матеріали, енергія, спожита на технологічні цілі, амортизація виробничого обладнання, заробітна плата основних робітників з нарахуваннями на неї).

До адміністративних витрат підприємства відносять витрати на заробітну плату адміністративно-управлінського персоналу та нарахування на неї, витрати на утримання та амортизаційні відрахування по основних фондах та нематеріальних активах загальногосподарського призначення, витрати на комунальні послуги та послуги зв'язку, на охорону, юридичні, аудиторські послуги.

Витрати на збут включають витрати підприємства на заробітну плату працівників відділу збуту з нарахуваннями на неї, на утримання та амортизацію основних фондів та нематеріальних активів, що безпосередньо пов'язані з реалізацією продукції, витрати на утримання складів готової продукції, фірмових магазинів, витрати на рекламу.

До інших операційних витрат відносять витрати підприємства на плату за орендоване майно, собівартість реалізованих виробничих запасів, витрати на покриття сумнівних та безнадійних боргів дебіторів підприємства, нестач і псування матеріальних цінностей.

Структура витрат підприємства – співвідношення окремих груп витрат за певними ознаками. Практичне значення мають такі аспекти структури витрат:

- видова (елемента) структура: дозволяє характеризувати виробництво щодо витрат ресурсів (матеріаломістке, капіталомістке, трудомістке виробництво) і можливих резервів їх зниження;

- співвідношення прямих і непрямих витрат: характеризує рівень і складність калькулювання;

- співвідношення змінних і постійних витрат: показує частку сукупних витрат на підтримку виробничого потенціалу в стані готовності, а також ступень реакції прибутку на динаміку обсягу виробництва і продажу. Чим більша частка постійних витрат у загальній їх величині, тим більший обсяг виробництва забезпечує його беззбитковість і вища реакція прибутку на зміну обсягу виробництва і продажу продукції.

Структура витрат за зазначеними напрямками залежить від ряду чинників: галузевих особливостей підприємства, широти номенклатури його продукції, складності виробництва.

2. Розробка кошторисів центрів відповідальності

Кошторис – це план витрат на виконання певної роботи. Таке загальне визначення конкретизується відповідно до специфіки окремих центрів відповідальності. Для *функціонального підрозділу* кошторис є плановими витратами на виконання функцій. Для *виробничого підрозділу* кошторис охоплює планові витрати на виготовлення продукції за розрахунковий період незалежно від ступеня її готовності.

Кошториси центрів відповідальності виконують такі важливі *функції*: *організуюча, контролююча, стимулююча*.

Структурно кошторис може будуватися за *статтями і елементами витрат*.

Постатейний кошторис дозволяє узгодити його з кошторисом загальновиробничих витрат, а також з калькуляціями на окремі вироби. В цьому випадку кошторис складається за статтями: прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, інші прямі операційні витрати (додаткова зарплата, відрахування на соціальні заходи та ін.), загальновиробничі витрати. В *загальному кошторисі* підприємства додаються ще такі статті як адміністративні витрати і витрати на збут.

Побудова кошторису *за елементами витрат* показує їх ресурсну структуру, матеріало-, зарплато- і капіталомісткість виробництва і дозволяє ув'язати витрати підрозділу з витратами його структурних одиниць.

План витрат у складі показників кошторису і калькуляцій виробів розробляється на основі виробничої програми підрозділу і норм затрат ресурсів.

Всі операційні витрати підприємства узагальнюються у його зведеному кошторисі, який має поелементну структуру: *матеріальні витрати, оплата праці, єдиний соціальний внесок, амортизація, інші витрати*.

Окрім поелементної структури кошторису підприємства важливе значення має виділення в ньому *виробничих і невиробничих витрат* (адміністративні витрати, витрати на збут продукції та інші операційні витрати), за якими обчислюється собівартість продукції.

Порядок розробки кошторису може бути різним залежно від стадії планування, стану інформаційної бази та розміру підприємства.

Одночасно із складанням кошторису обчислюється собівартість готової (товарної) і реалізованої продукції. Собівартість реалізованої продукції використовується для обчислення прибутку підприємства і як важливий показник зазначається у його фінансовій звітності.

3. Собівартість продукції, калькуляція

Собівартість продукції як економічна категорія є грошовим виразом витрат на виробництво та реалізацію продукції. Це комплексний економічний

показник, який об'єднує в собі витрати уречевленої праці, тобто витрати на спожиті засоби виробництва, й витрати живої праці, тобто витрати на заробітну платню робітників підприємства, а також частину чистого прибутку суспільства, яка призначена для єдиного соціального внеску.

Собівартість слугує базою ціни товару та її нижньою межею для виробника, щоб забезпечити процес відтворення виробництва. Підприємство не може встановлювати ціну, нижчу за собівартість, бо в такому разі воно матиме збитки.

Під час обчислення собівартості продукції важливе значення має визначення складу витрат, які входять до неї. Як відомо, витрати підприємства відшкодовуються за рахунок двох його власних джерел: собівартості і прибутку.

Собівартість продукції охоплює витрати на:

- дослідження ринку та виявлення потреби в продукції;
- підготовку та освоєння нової продукції;
- виробництво (витрати на сировину, матеріали, енергію, амортизацію основних виробничих фондів, оплату праці персоналу та ін.);
- обслуговування виробничого процесу та управління ним;
- збут продукції (пакування, транспортування, реклама);
- розвідку, використання та охорону природних ресурсів (плата за воду, геологорозвідувальні роботи, плата за деревину, витрати на рекультивацию земель, охорону повітряного, водного басейнів);
- набір і підготовку кадрів;
- поточну раціоналізацію виробництва (удосконалення технологій, організації виробництва, праці, підвищення якості продукції), крім капіталовкладень.

Залежно від досліджень, цілей аналізу діяльності підприємств розрізняють індивідуальну та галузеву собівартість продукції.

Індивідуальна собівартість продукції слугує реальним відображенням витрат підприємства на виробництво та реалізацію продукції.

Галузева собівартість відбиває сукупні витрати на виробництво та реалізацію продукції всіх підприємств галузі, тобто є середньою собівартістю продукції по галузі.

Під час проведення економічного аналізу розрізняють собівартість планову та фактичну.

Планова собівартість відбиває індивідуальні витрати конкретного підприємства, які плануються виходячи з норм, тарифів, цін, ставок поточного періоду.

Фактична собівартість – це виражені в грошовій формі індивідуальні витрати конкретного підприємства за даних умов.

В системі управління витратами важливе місце займає обчислення собівартості окремих виробів – калькуляція.

Калькуляція (лат. *calculatio* – рахунок, підрахунок) – це система розрахунків, за допомогою яких визначається собівартість всієї товарної

продукції та її частин, собівартість конкретних видів виробів, сума витрат окремих підрозділів підприємства на виробництво та реалізацію продукції.

Процес калькулювання собівартості продукції включає: розмежування витрат на виробництво між виготовленою продукцією та незавершеним виробництвом; обчислення витрат за забраковану продукцію; оцінку відходів виробництва та побічної продукції; визначення суми витрат, що належать до готових виробів; розподіл витрат між видами продукції; розрахунок собівартості одиниці виробленої продукції.

Калькуляція собівартості необхідна для визначення ціни одиниці виробленої продукції, порівняння витрат підприємства з результатами його виробничо-господарської діяльності, визначення рівня ефективності роботи підприємства й інших цілей.

Об'єктами калькуляції залежно від особливостей продукції та характеру технологічного процесу можуть бути: технологічна операція; одна деталеоперація; одна деталь; одна складальна одиниця (вузол); виріб загалом; замовлення на виготовлення кількох виробів.

Питання для самоконтролю:

1. Визначте економічну сутність витрат підприємства, охарактеризуйте їх різновиди.
2. За якими ознаками класифікують поточні витрати підприємства?
3. У чому полягає різниця між собівартістю та калькуляцією?
4. Розкрийте особливості та відмінні риси постійних та змінних витрат.
5. Розкрийте сутність поняття кошторис.
6. Які функції виконують кошториси центрів відповідальності?
7. Охарактеризуйте структуру кошторису.
8. Розкрийте особливості розрахунку собівартості продукції за окремими статтями.
9. Як здійснюється калькуляція собівартості продукції?

ТЕМА 13. ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА ТА РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ

1. *Поняття доходу, прибутку підприємства.*
2. *Рентабельність діяльності підприємства та її види.*

1. Поняття доходу, прибутку підприємства

Доход – це виручка підприємства від реалізації продукції, послуг та виконання робіт без урахування податку на додану вартість та акцизного збору. Загальна сума доходу визначається так:

$$\sum_{i=1}^n D_i$$

де $\sum D_i$ – сумарне значення доходу від усіх видів діяльності підприємства;

D_1 – виручка від реалізації виготовленої підприємством продукції (послуг) або кошторисна вартість зданих замовнику об'єктів;

D_2 – інші операційні доходи (доходи від операційної оренди, від операційних курсових різниць, від реалізації оборотних активів);

D_3 – фінансові доходи (отримані від інвестицій в асоційовані, дочірні, або спільні підприємства, дивіденди, відсотки та ін. доходи, отримані від фінансових інвестицій тощо);

D_4 – інші доходи (доходи від реалізації фінансових інвестицій, необоротних активів і майнових комплексів тощо).

Прибуток характеризує кінцевий результат діяльності підприємства, його отримання – обов'язкова умова розширеного відтворення підприємства, забезпечення самофінансування та укріплення його конкурентоспроможності на ринку.

Прибуток – це частина виручки, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу та комерційну діяльність підприємства.

Прибуток підприємства класифікують за ознаками:

1. За видом діяльності виділяють *прибуток від звичайної (операційної, фінансової та інвестиційної) та надзвичайної діяльності*. *Операційний прибуток* є результатом операційної діяльності. *Прибуток від інвестиційної діяльності* відображається в доходах від участі в спільних підприємства, від володіння цінними паперами, від депозитних вкладів, від реалізації майна тощо. Під *прибутком від фінансової діяльності* розуміють непрямий ефект від залучення капіталу з зовнішніх джерел на умовах більш вигідних ніж середньоринкові. До *прибутку від надзвичайної діяльності* відноситься прибуток, отриманий від операцій та подій, які відрізняються від звичайної діяльності та не очікується, що вони будуть повторюватися періодично або в кожному наступному періоді.

2. За порядком розрахунку відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку «Звіт про фінансові результати» виділяють *валовий прибуток, прибуток від операційної діяльності, прибуток від звичайної діяльності до оподаткування, прибуток від звичайної діяльності та чистий прибуток*.

Валовий прибуток розраховується як різниця між чистим доходом від реалізації продукції і собівартістю реалізованої продукції:

$$P_6 = BP - ПДВ - AZ - B_6,$$

де BP – виручка від реалізації продукції підприємства;

B_6 – виробнича собівартість реалізованої продукції;

AZ – акцизний збір;

$ПДВ$ – податок на додану вартість.

Прибуток від операційної діяльності визначається як алгебраїчна сума валового прибутку, іншого операційного доходу, адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат:

$$P_o = P_g + D_{op.in} - AB - B_3 - B_{op.in},$$

де $D_{op.in}$ – інші операційні доходи;

AB – адміністративні витрати;

B_3 – витрати на збут;

$B_{op.in}$ – інші операційні витрати.

Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування визначається як алгебраїчна сума прибутку від основної діяльності, фінансових та інших доходів (прибутків), фінансових та інших витрат (збитків):

$$P_{30} = P_o + D_k + D_f + D_{in} - B_f - B_k - B_{in},$$

де D_k – доход від участі в капіталі;

D_f – інші фінансові доходи;

D_{in} – інші доходи;

B_f – фінансові витрати;

B_k – втрати від участі в капіталі;

B_{in} – інші витрати.

Прибуток від звичайної діяльності визначається як різниця між прибутком від звичайної діяльності до оподаткування та сумою податків з прибутку:

$$P_3 = P_{30} - ПП,$$

де ПП – податок на прибуток від звичайної діяльності.

Чистий прибуток розраховується як алгебраїчна сума прибутку від звичайної діяльності та надзвичайного прибутку, надзвичайного збитку та податків з надзвичайного прибутку:

$$ЧП = P_3 + НП - НЗ - ПНП,$$

$НП$ – надзвичайний прибуток;

$НЗ$ – надзвичайний збиток;

$ПНП$ – податок на надзвичайний прибуток.

3. За методикою оцінки виділяють *номінальний та реальний прибуток*.

Номінальний прибуток характеризує фактично одержану величину прибутку. *Реальний прибуток* – це номінальний прибуток, перерахований з огляду на інфляцію. Він характеризує реальну купівельну спроможність чистого доходу, отриманого підприємством.

4. Залежно від мети визначення розрізняють *бухгалтерський та економічний прибуток*. *Бухгалтерський прибуток* відповідає обсягу прибутку за даними фінансової звітності. *Економічний прибуток* є різницею між виручкою від реалізації та всіма витратами підприємства, в тому числі витратами втрачених можливостей

5. Залежно від розмірів прибуток підприємства характеризується як *мінімальний, цільовий або максимальний*.

На прибуток як економічний показник впливає велика кількість **факторів**. Ці фактори можна поділити на зовнішні та внутрішні.

До *зовнішніх* відносять такі фактори, які не залежать від розвитку підприємства: інфляційні процеси, законодавство, політика, науково-технічний та соціальний розвиток регіону, політика оподаткування та ін. До *внутрішніх* факторів відносять ті, що залежать, від діяльності окремого підприємства.

Прибуток показує абсолютний ефект діяльності підприємства без урахування використаних при цьому ресурсів, тому його слід доповнювати таким показником як рентабельність.

2. Рентабельність діяльності підприємства та її види

Рентабельність – це відносний показник ефективності роботи підприємства, який у загальній формі обчислюється як відношення прибутку до витрат (ресурсів).

Залежно від мети аналізу діяльності підприємства розрізняють:

1. *Загальний рівень рентабельності підприємства:*

$$P = \frac{\Pi_3}{C} \times 100\% ,$$

де Π_3 – прибуток;

C – загальна виробнича собівартість.

Такий показник відбиває загальну ефективність діяльності підприємства. Найбільш прийнятним виразом загального рівня рентабельності є відношення балансового прибутку до суми вартості основних виробничих фондів (ОФ) і нормованих оборотних засобів (ОЗ):

$$P = \frac{\Pi_3}{ОФ + ОЗ} \times 100\% .$$

Такий рівень рентабельності показує, наскільки раціонально використовуються матеріальні ресурси підприємства.

2. *Рентабельність власного (акціонерного) капіталу* відображає ефективність використання активів, створених за рахунок власних коштів:

$$P = \frac{\Pi_ч}{ВК} \times 100\% ,$$

де $\Pi_ч$ – чистий прибуток підприємства;

$ВК$ – сума власного капіталу.

3. Рентабельність виробничих фондів.

$$P = \frac{\Pi_3}{ОФ} \times 100\% ,$$

4. Рентабельність сукупних активів характеризує ефективність використання всього наявного майна підприємства:

$$P = \frac{\Pi_3}{A} \times 100\% ,$$

де A – середня сума активів балансу підприємства.

5. Рентабельність продукції характеризує ефективність витрат на виробництво та збут продукції:

$$P = \frac{\Pi_3}{C_T} \times 100\% ,$$

де C_T – повна собівартість товарної реалізованої продукції

6. Рентабельність продажу характеризує ефективність реалізації продукції:

$$P = \frac{\Pi_3}{Q} \times 100\% .$$

де Q – обсяг реалізованої продукції.

Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення поняттям «дохід» і «прибуток» підприємства.
2. За якими ознаками класифікують прибуток підприємства?
3. Дайте визначення поняття «рентабельність» підприємства.
4. Яка система показників рентабельності вам відома?

ТЕМА 14. ЦІНОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА

1. Ціна: роль та її функції.
2. Цінова система. Види цін. Методи ціноутворення.
3. Цінова політика: цілі, завдання і види.

1. Ціна: роль та її функції

Ціна в умовах ринкової економіки – найважливіший економічний параметр, що характеризує діяльність підприємства. І саме ціна, зумовлює успіхи підприємства – об'єми продажів, доходи, одержуваний прибуток.

Ціна – грошове вираження товарної вартості продукції (виробів), робіт, послуг.

Ринкове ціноутворення базується на принципах ринкового господарювання, до яких належать такі: домінування приватної власності, економічна свобода, конкуренція, автоматичне регулювання за допомогою механізму ринків та цін, невтручання держави. В таких умовах ціни відіграють особливу роль, яка проявляється в їхніх функціях:

1. *Обліково-вимірвальна функція.* Ціни показують, яким коштом обходиться суспільству задоволення конкретної потреби в тій чи іншій продукції, тобто вимірюють кількість витраченої праці, сировини, матеріалів, комплектуючих виробів тощо на виготовлення товару.

2. *Регулююча функція.* Ціна сигналізує про появу диспропорцій між попитом і пропозицією та слугує інструментом для їх подолання.

3. *Стимулююча функція.* Ціна заохочує чи стримує виробництво і споживання різних товарів.

4. *Розподільча функція.* За допомогою цін розподіляється і перерозподіляється національний (чистий) дохід між галузями економіки, різними формами власності, регіонами, фондом накопичення і фондом споживання, різними соціальними групами населення.

5. *Функція ціни як критерій раціонального розміщення виробництва.* За допомогою механізму цін для отримання вищого прибутку відбувається перелив капіталів з одного сектора економіки до іншого, а також усередині окремих секторів в напрямі, де норма прибутку вища.

2. Цінова система. Види цін. Методи ціноутворення

Цінова система – це єдина, упорядкована сукупність різних видів цін, які обслуговують і регулюють економічні відносини між різними учасниками національного та світового ринків.

Диференціація цін по галузях і сферах обслуговування економіки будується на основі врахування особливостей окремих галузей національного господарства і включає наступні види цін:

- *оптові ціни на продукцію промисловості;*
- *закупівельні ціни на продукцію сільського господарства;*
- *ціни на будівельну продукцію;*
- *тарифи вантажного і пасажирського транспорту;*
- *тарифи на послуги;*
- *зовнішньоторговельні: експортні ціни, імпортні ціни.*

При диференціації цін за ступенем участі держави в процесі ціноутворення ціни підрозділяються на ринкові і регульовані.

Диференціація цін за стадіями ціноутворення відображає кількісний взаємозв'язок цін, що складаються в процесі руху товару (послуги) від виробника до кінцевого споживача. Вони підрозділяються на оптові ціни виробника, відпускні оптові ціни, оптові ціни закупівлі і роздрібні ціни.

Диференціація цін по транспортної складової здійснюється в залежності від порядку оплати транспортних витрат.

Диференціація цін за характером цінової інформації будується з врахуванням специфіки цієї інформації і включає аукціонні ціни, біржові ціни, ціни фактичних угод, довідкові ціни і цінові індекси.

Всі методи ціноутворення можуть бути об'єднані в три великі групи: *витратні, ринкові і економетричні*.

1. *Витратні методи* ціноутворення бувають двох видів:

- метод, заснований на визначенні повних витрат;
- метод, що орієнтується на прямі витрати і в той же час враховує сукупність всіх ринкових умов, особливо умов збуту.

2. *Ринкові методи* визначення цін засновані на споживчій цінності товару. Найбільш поширеними є такі методи встановлення ціни:

- *Метод поточної ціни*. Використання методу поточної ціни привабливо для тих фірм, які хочуть слідувати за лідером.

- *Метод «запечатаного конверту»* або тендерного ціноутворення. При визначенні тендера виходять насамперед із цін, які можуть призначити конкуренти, і ціна визначається на більш низькому в порівнянні з ними рівні.

- *Метод визначення цін*, орієнтований на знаходження рівноваги між витратами виробництва і станом ринку.

3. *Економетричні методи* визначення цін:

- *Метод питомих показників* використовується для визначення та аналізу цін невеликих груп продукції, яка характеризується наявністю одного основного параметра, величина якого в значній мірі визначає загальний рівень ціни виробу.

- *Метод регресійного аналізу* застосовується для визначення залежності зміни ціни від зміни техніко-економічних параметрів продукції, що відноситься до даного ряду, побудови і вирівнювання ціннісних співвідношень:

$$Ц = f(X_1, X_2, \dots, X_n),$$

де X_1, X_2, \dots, X_n - параметри виробу.

- *Баловий метод*. На основі експертних оцінок значущості параметрів виробів для споживачів кожному параметру надається певне число балів, підсумовування яких дає оцінку техніко-економічного рівня виробу.

- *Метод агрегатний* полягає в підсумовуванні цін окремих конструктивних частин виробів, що входять в параметричний ряд, з додаванням вартості оригінальних вузлів, витрат на складання та нормативного прибутку.

3. Цінова політика: цілі, завдання і види

Цінова політика підприємства полягає у встановленні цін забезпечуючи виживання підприємства в ринкових умовах, і включає вибір методу ціноутворення, розробку цінової системи підприємства, вибір цінових ринкових стратегій і інші аспекти.

Існують три основні **цілі цінової політики**:

– *Забезпечення виживання (збуту) фірми* – головна мета підприємства, що здійснює свою діяльність в умовах жорсткої конкуренції, коли на ринку багато виробників з аналогічними товарами.

– *Максимізація прибутку* – підприємство робить оцінку попиту і витрат стосовно до різних рівнів цін і зупиняється на таких цінах, які забезпечують в майбутньому максимальний прибуток.

– *Утримання ринку* полягає в збереженні підприємством існуючого положення на ринку або сприятливих умов для своєї діяльності.

Основне завдання цінової політики – управління конкурентоспроможністю товару.

На рівні підприємства роль ціни двояка: по-перше, вона являє собою головний фактор рентабельності; по-друге, аналогічно рекламі, вона здатна стимулювати попит.

У сучасній практиці ціноутворення використовується такі **види цінової політики**:

– «Ціновий лідер». Використання такого типу в практиці ціноутворення обумовлює монопольно високі ціни.

– Цінова політика «слідування у фарватері». В основі дій підприємств лежить орієнтація на великі підприємства.

– Цінову політику «атака». Товаровиробники різко знижують ціну на свій товар (іноді до рівня нижче витрат). При цьому створюється монопольне становище на ринку. Після цього ціни встановлюються на рівні сформованих на ринку.

– «Зняття вершків». При введенні нового товару на ринок, коли покупці готові дати за нього будь-яку високу ціну, продавець отримує максимальний прибуток від реалізації кожної одиниці товару.

– Використання цінової політики «впровадження» передбачає, що товар вводиться на ринок за дуже низькою ціною і відрізняється простотою виробництва. У міру завоювання ринку ціна повертається до нормального рівня.

Питання для самоконтролю:

1. Що представляє собою ціна на підприємстві? На яких принципах базується ринкове ціноутворення?
2. Що включає в себе система функцій ціни?
3. Що включає в себе цінова система? За якими ознаками диференціюються різні види цін?
4. Які основні методи ціноутворення використовують на підприємстві?
5. У чому полягає сутність цінової політики підприємства?
6. Назвіть основні цілі цінової політики?
7. Сформулюйте завдання, які повинна вирішувати цінова політика?
8. Дайте характеристику кожному типу цінової політики.

ТЕМА 15. ТОВАРНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА

1. Товарна політика, її сутність, функції та стратегії на підприємстві.
2. Товарний асортимент і його формування.
3. Товарна марка та її правова охорона.

1. Товарна політика, її сутність, функції та стратегії на підприємстві

Сутність товарної політики ототожнюється з визначенням і підтримкою оптимальної структури продукції, що виробляється й реалізується для досягнення поточних і довгострокових господарських та інших цілей підприємства. Її предметом є також якість товарів, дизайн, пакування, товарна марка, ступінь відповідності потребам споживачів. Тобто товарна політика повинна передбачати визначений напрямок дій та сукупність заходів, завдяки яким забезпечується наступність стратегічних та оперативних рішень у сфері розробки товарного асортименту.

Товарна політика на підприємстві виконує зокрема такі **функції**:

- оптимізація асортименту (номенклатури) продукції, що виробляється;
- підтримка темпів оновлення продукції в цілому та за окремими її видами;
- співвідношення нових та «старих» товарів у виробничій програмі, а також нових та освоєних ринків збуту;
- вихід на ринок із принципово новими видами продукції;
- вибір часу виходу на ринок із новим товаром та зняття з виробничої програми малоефективних товарів.

У процесі диверсифікації товарної політики мають місце **три види стратегій**: горизонтальна (концентрична); вертикальна; латеральна (поздовжня).

Здійснюючи *горизонтальну диверсифікацію*, підприємство додає до товарів традиційної номенклатури продукцію, що виготовляється з використанням тих самих технологій.

Коли виробнича програма розширюється внаслідок залучення продукції попередніх та наступних ступенів, має місце стратегія *вертикальної диверсифікації*.

Ознакою *латеральної диверсифікації* є намагання підприємства увійти в галузі, що не мають нічого спільного з його традиційною виробничою та маркетинговою діяльністю.

2. Товарний асортимент і його формування на підприємстві

Під **асортиментом продукції** звичайно розуміють набір (підбір) однойменної продукції (послуг), конкретизований за назвами, видами, гатунками, розмірами, артикулами. Така група товарів тісно пов'язана схожістю функціонально-корисних властивостей, особливостей виготовлення, обігу і споживання в межах однакового діапазону цін.

Досягнення відповідності між асортиментним пропонуванням товарів і попитом на них базується на визначенні та прогнозуванні структури асортименту. Під *структурою* асортименту розуміють кількість однотипних видів виробів.

Для оцінки та управління товарним асортиментом використовуються показники структури основного й додаткового, обмеженого та впорядкованого асортименту.

Головним індикатором ефективності різних складових асортименту вважають показники збуту. Вони можуть указати на ті продукти, котрі належить виключити з виробничої програми. З цією метою застосовують спеціальний аналіз, варіантом якого є так званий *ABC-аналіз*.

Формуванню товарного асортименту передують розробка *асортиментної концепції* – побудова оптимальної асортиментної структури товарного пропонування. Цільова частина цієї концепції стосується оптимізації структури асортименту, а програмна – передбачає систему заходів для досягнення такої структури у визначений період.

Система формування асортименту передбачає здійснення таких заходів:

- визначення поточних і перспективних потреб споживачів, аналіз наявних способів використання продукції та особливостей поведінки споживача на відповідних ринках;
- оцінка конкуруючих товарів-аналогів за тими ж напрямками;
- критична оцінка власних виробів та конкуруючих товарів-аналогів з позицій покупців;
- корегування асортименту у зв'язку зі змінами рівня конкурентоспроможності окремих товарів;
- вивчення пропозицій щодо створення нових продуктів та поліпшення властивостей продукції, яка виробляється, а також нових способів та сфер використання товару;
- розробка специфікацій нових або поліпшених продуктів відповідно до вимог покупців;
- вивчення можливостей виробництва нової або модернізованої продукції з урахуванням можливих цін, собівартості, рентабельності;
- розробка спеціальних рекомендацій для виробничих підрозділів щодо якості, найменування, пакування продукту згідно з результатами проведених випробувань виробу;
- оцінювання та внесення змін до всього асортименту.

Сутність управління асортиментом зводиться до створення продуктів, які споживач бажає придбати з метою пропонування цих товарів у необхідних обсягах і своєчасно. Тобто планування товарного асортименту – це важливий засіб конкурентної боротьби.

У процесі управління асортиментом приймаються рішення:

- зняття з виробництва нерентабельних видів продукції, її окремих моделей, типорозмірів;

- визначення необхідності досліджень і розробок для створення нової та модифікування продукції, що виготовляється; затвердження планів і програм розробки нових або поліпшення наявних продуктів;
- надання фінансових ресурсів для втілення затверджених програм та планів.

У процесі планування асортименту вирішується питання стандартизації та диференціювання товару. Зі стандартизацією товарів пов'язується зниження витрат на виробництво, розподіл, збут і обслуговування. Диференціювання товару сприяє повнішому використанню можливостей ринку та його окремих сегментів, заповненню тих товарних ніш, де немає конкуренції або вона незначна.

Важливим напрямком управління асортиментом вважають вилучення (*елімінування*) з процесу виробництва малоефективних товарів.

3. Товарна марка та її правова охорона

Найбільш часто використовують такі поняття: марка, марочний знак, товарний знак.

Марка – ім'я, термін, знак, символ, малюнок або їх поєднання, призначені для виділення товарів чи послуг одного продавця або груп продавців і їх відокремлення від товарів і послуг конкурентів.

Марочний знак (емблема) – частина марки, яку можна впізнати, але неможливо вимовити.

Товарний знак – марка або її частина, забезпечена правовим захистом. Товарний знак захищає виняткові права продавця на користування марочним назвою або знаком. Товарний знак повинен бути простим, легко запам'ятовується, оригінальним, що не містить особистих імен і прізвищ.

Як показує практика, процедура реєстрації торгової марки в Україні займає 2–2,5 року. В результаті реєстрації власник знаку одержує охоронний документ, що підтверджує його виключні права – *Свідоцтво на знак для товарів і послуг*.

Реєстрацію знаків в Україні здійснює *Державний департамент інтелектуальної власності*. Заявки на реєстрацію знаків подаються в *Український інститут промислової власності (Укрпатент)*, який є структурним підрозділом Департаменту. Після оплати відомості про видачу свідоцтва на знак для товарів і послуг публікуються в офіційному бюлетені «Промислова власність» і одночасно заносяться до відповідного *Державного реєстру*. При цьому заявник торгової марки отримує свідоцтво і статус власника виключних прав на торговельну марку.

Захист своїх виключних прав на товарну марку передбачає такі процедури:

Неюрисдикційна – дії юридичних і фізичних осіб щодо захисту своїх виключних прав на торговельну марку, які здійснюються ними самостійно, без звернення до державних або інших компетентних органів.

Юрисдикційна – діяльність уповноважених державою органів щодо захисту порушених або оспорюваних прав.

Цивільно-правова – відновлення прав і компенсування збитків.

Кримінально-правова – притягнення порушника до кримінальної відповідальності.

Адміністративно-правова – звернення із заявою до Антимонопольного комітету України.

Питання для самоконтролю:

1. Що представляє собою товарна політика та які основні функції виконує на підприємстві?
2. Дайте характеристику процесу диверсифікації товарної політики.
3. Що розуміють під терміном «товарний асортимент» та що представляє собою структура асортименту?
4. У чому полягає сутність асортиментної концепції?
5. Які заходи передбачає система формування асортименту?
6. У чому полягає планування асортименту та управління ним?
7. Розкрийте сутність понять: марка, марочний знак, товарний знак.
8. Як здійснюється захист виключних прав на торговельну марку?

Список літератури, рекомендований до вивчення курсу «Економіка підприємства»

Законодавча і нормативна база

1. Господарський кодекс України: прийнятий Верховною Радою України 16.01.2003 р. № 436-IV. Редакція від 03.09.2024, підстава - 3257-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.
2. Закон України «Про господарські товариства». Редакція від 31.03.2023, підстава - 2849-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1576-12#Text>.
3. Закон України «Про інвестиційну діяльність»: прийнятий Верховною Радою України 18.09.1991 р. № 1560-XII. Редакція від 10.10.2022, підстава - 2518-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text>.
4. Кодекс законів про працю України. Редакція від 27.09.2024, підстава - 3768-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text>.
5. Закон України «Про оплату праці»: прийнятий Верховною Радою України від 24.03.1995 р. № 108/95-ВР. Редакція від 24.08.2024, підстава - 3680-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80#Text>.
6. Податковий кодекс України : прийнятий Верховною Радою України 02.12.2010 р. № 2755-VI. Редакція від 01.10.2024, підстава - 3706-IX, 3813-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

Основні підручники та навчальні посібники

1. Економіка підприємства : навч. посіб. 2-ге вид. / Н. М. Суліма та ін. К. : ЦП Компринт , 2018. 391 с. URI: <https://dglib.nubip.edu.ua/handle/123456789/5804>
2. Економіка підприємства : підручник / В. В. Козик, О. Ю. Ємельянов, О. Я. Загорецька та ін. Львів : Новий Світ – 2000, 2025. 278 с.
3. Економіка підприємства : підручник / І. Г. Волинець та ін. ; за заг. ред. Л. Г. Ліпич. Луцьк : Вежа-Друк, 2021. 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). Об'єм даних 14,95 Мб.
4. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Л. Л. Ковальської, проф. І. В. Кривов'язюка. К. : Кондор, 2020. 700 с.
5. Захарченко В., Меркулов М., Ширяєва Л. Економіка підприємства : практикум. К. : Центр учбової літератури, 2021. 144 с.
6. Михайлов С. І., Степасюк Л. М., Городенко С. В. Економіка підприємства : навч. посіб. 2-ге вид. К. : ЦП Компринт, 2018. 419 с. URI: <https://dglib.nubip.edu.ua/handle/123456789/5806>.
7. Романченко Н. В., Кожемякіна Т. В., Пічик К. В. Економіка підприємства : навч. посіб. К. : НаУКМА, 2018. 302 с. URI: <https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/15771>.
8. Яркіна Н. М. Економіка підприємства : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. К. : Ліра, К, 2020. 596 с.

Навчальне електронне видання комбінованого використання
Можна використовувати в локальному та мережному режимах

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Конспект лекцій

Укладачі:

Круглова Олена Анатоліївна
Михайлова Олена Валентинівна

Відповідальний за випуск: зав. кафедри економіки та бізнесу
д.е.н., проф. Гросул В.А.

Один електронний оптичний диск (CD-ROM); супровідна документація.
Об'єм даних 183 Кбайт. Наклад 10 прим.

Державний біотехнологічний університет
61002 м. Харків, вул. Алчевських, 44