

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА

Н. І. Склярук,
Г. А. Жовтяк,
Г. І. Базецька

ЕКОНОМІКА І ФІНАНСИ ПІДПРИЄМСТВА

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

*(для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
всіх форм навчання спеціальності 073 – Менеджмент)*

Харків
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова
2023

Склярук Н. І. Економіка і фінанси підприємства : конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання спеціальності 073 – Менеджмент / Н. І. Склярук, Г. А. Жовтяк, Г. І. Базецька ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. – 201 с.

Автори:

канд. екон. наук, доц. Н. І. Склярук,
канд. екон. наук, доц. Г. А. Жовтяк,
канд. екон. наук, доц. Г. І. Базецька

Рецензент

А. Є. Ачкасов, доктор економічних наук, професор кафедри економіки (Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова)

Рекомендовано кафедрою економіки та маркетингу, протокол № 14 від 12 травня 2023 р.

© Н. І. Склярук, Г. А. Жовтяк, Г. І. Базецька, 2023
© ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023

ЗМІСТ

Вступ.....	7
Змістовий модуль 1 Економічні засади функціонування підприємства в системі ринкових відносин. Економічні основи виробничої діяльності підприємства.....	8
Тема 1 Підприємство в соціально орієнтованій ринковій економіці.....	8
1.1 Підприємство як суб'єкт ринкової економіки.....	8
1.2 Зовнішнє середовище функціонування підприємства.....	10
1.3 Ринок та його інфраструктура.....	11
1.4 Державне регулювання діяльності підприємства.....	14
1.5 Види підприємства та їх класифікація. Об'єднання підприємств...	16
1.6 Напрями та види діяльності підприємства.....	19
Тема 2 Планування діяльності підприємства.....	21
2.1 Зміст та основні принципи планування діяльності підприємства...	21
2.2 Види планів.....	23
2.3 Технологія планування діяльності підприємства.....	25
2.4 Стратегічне планування і формулювання стратегії діяльності підприємства.....	26
2.5 Характеристика тактичного планування.....	27
2.6 Оперативне планування поточної діяльності підприємства.....	30
Тема 3 Економічна характеристика продукції підприємства.....	35
3.1 Поняття та класифікація продукції (робіт, послуг).....	35
3.2 Вартісні і натуральні вимірники обсягу продукції.....	38
3.3 Сутність та елементний склад товарної політики підприємства....	40
Тема 4 Виробнича програма підприємства.....	44
4.1 Зміст і завдання виробничої програми підприємства.....	44
4.2 Інформаційне обґрунтування виробничої програми.....	45
4.3 Порядок розроблення виробничої програми підприємства.....	47
4.4 Обґрунтування виробничої програми ресурсами і виробничими потужностями.....	47
Тема 5 Виробнича потужність підприємства.....	50
5.1 Виробнича потужність підприємства: сутність, види.....	51
5.2 Інформаційна база для розрахунку виробничої потужності підприємства.....	52
5.3 Методичні принципи розрахунку виробничої потужності підприємства.....	54
5.4 Показники використання виробничої потужності підприємства...	56
5.5 Фактори зростання виробничої потужності підприємства.....	57

Змістовий модуль 2 Ресурсне забезпечення діяльності підприємства. Економічні результати господарсько-фінансової діяльності підприємства.....	59
Тема 6 Ресурсний потенціал підприємства.....	59
6.1 Поняття та види економічних ресурсів.....	59
6.2 Поняття та складові ресурсного потенціалу підприємства.....	60
6.3 Напрями підвищення ефективності ресурсного потенціалу підприємства.....	64
Тема 7 Трудові ресурси підприємства.....	65
7.1 Поняття, класифікація і структура персоналу підприємства.....	66
7.2 Продуктивність праці персоналу: сутність, показники і методи її вимірювання та напрями підвищення.....	68
7.3 Мотивація персоналу: сутність, види та основні методи впливу....	71
7.4 Оплата праці на підприємстві: сутність, державна політика, загальна організація.....	74
7.5 Сутнісно-видова характеристика форм і систем оплати праці персоналу.....	76
7.6 Система показників для оцінки чисельності, стану, руху робочої сили на підприємстві.....	81
7.7 Методичні підходи до планування чисельності окремих категорій працівників підприємства.....	82
Тема 8 Майнові ресурси (активи) підприємства.....	85
8.1 Сутність та класифікація активів підприємства.....	86
8.2 Поняття, склад та класифікація необоротних активів підприємства.....	87
8.3 Основні засоби підприємства: поняття, функціонально- елементний склад та оцінка.....	87
8.4 Знос та амортизація основних засобів: поняття, вимірювання та методи нарахування.....	90
8.5 Системи показників технічного стану й руху основних засобів підприємства.....	92
8.6 Показники та шляхи підвищення ефективності використання основних фондів.....	93
8.7 Сутність, класифікація, особливості відтворення нематеріальних активів підприємства.....	94
8.8 Оборотні активи підприємства: сутність, функціонально- елементний склад та особливості кругообігу.....	96
8.9 Запаси: сутність, класифікація, види вартості та методи оцінювання вибуття.....	98
8.10 Дебіторська заборгованість підприємства: сутність, склад, види вартості.....	100
8.11 Сутність і класифікація грошових активів підприємства та їх еквівалентів.....	101

8.12	Методи визначення планового обсягу оборотних активів підприємства.....	102
8.13	Показники та шляхи підвищення ефективності використання оборотних активів підприємства.....	104
Тема 9 Фінансові ресурси (капітал підприємства).....		107
9.1	Сутність, склад, класифікація та джерела формування фінансових ресурсів підприємства.....	107
9.2	Загальна характеристика та класифікація капіталу підприємства.....	108
9.3	Кредитування підприємства: поняття, принципи, форми.....	110
9.4	Поняття структури та вартості капіталу підприємства.....	112
Тема 10 Поточні витрати підприємства та собівартість продукції.....		114
10.1	Сутнісна характеристика та класифікація витрат підприємства....	114
10.2	Собівартість продукції (робіт, послуг) її види.....	117
10.3	Методи калькулювання продукції підприємства.....	119
10.4	Зміст і методика обчислення кошторису витрат на виробництво продукції.....	121
10.5	Управління поточними витратами на підприємстві.....	124
Тема 11 Доходи та цінова політика підприємства.....		130
11.1	Економічний зміст та функції ціни.....	130
11.2	Методи ціноутворення на продукцію підприємства.....	132
11.3	Розроблення цінової стратегії підприємства.....	133
11.4	Цінова політика підприємства: сутність, принципи та особливості формування.....	136
11.5	Характеристика доходів підприємства та джерел їх утворення....	138
Тема 12 Фінансові результати діяльності підприємства.....		141
12.1	Сутність, функції та значення прибутку підприємства.....	142
12.2	Види прибутку підприємства.....	143
12.3	Порядок формування прибутку підприємства.....	144
12.4	Розподіл і напрями використання чистого прибутку підприємства.....	145
12.5	Резерви зростання прибутку підприємства.....	145
Змістовий модуль 3 Інтегральна оцінка стану підприємства.		
Розвиток підприємства та забезпечення його економічної безпеки.....		148
Тема 13 Ефективність діяльності та методичні засади її оцінки.....		148
13.1	Поняття ефекту як результату діяльності підприємства, його види.....	148

13.2	Сутнісна характеристика та класифікація ефективності господарської діяльності підприємства.....	150	
13.3	Система показників для оцінки ефективності діяльності підприємства.....	152	
13.4	Оцінка ефективності інвестиційних проектів підприємства.....	155	
13.5	Чинники підвищення ефективності діяльності підприємства.....	157	
Тема 14 Фінансово-майновий стан підприємства та методи його оцінки.....			
	14.1	Поняття фінансово-майнового стану підприємства, мета і завдання його дослідження.....	159
	14.2	Методи оцінки фінансово-майнового стану підприємства.....	161
	14.3	Показники фінансового стану підприємства.....	162
Тема 15 Сучасні теорії та моделі розвитку підприємства. Трансформація (реструктуризація) підприємств у процесі розвитку.....			
	15.1	Сутність та концепції розвитку підприємства.....	167
	15.2	Сучасні тенденції організаційного розвитку підприємства.....	171
	15.3	Характеристика сучасних моделей розвитку підприємств.....	174
	15.4	Сутність трансформації, її види, напрями та форми.....	176
	15.5	Організаційні форми та порядок проведення реструктуризації підприємств.....	179
Тема 16 Економічна безпека підприємства та його антикризова діяльність.....			
	16.1	Економічна безпека підприємства: сутність, складові та методи вимірювання.....	183
	16.2	Основні напрями забезпечення необхідної економічної безпеки підприємства.....	184
	16.3	Поняття економічної кризи підприємства її види та шляхи виходу з кризового стану.....	186
	16.4	Санація (фінансове оздоровлення) господарюючих суб'єктів: сутність, цілі, форми здійснення та типові заходи.....	189
	16.5	Банкрутство підприємства: сутність, причини, процедура визнання та способи прогнозування.....	193
	СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....		195
			199

ВСТУП

Головним напрямком стабілізації економіки України є створення умов становлення та розвитку національного підприємства. Підприємства визначають ділову активність національної економіки. Вони є головними товаровиробниками, суб'єктами, які здійснюють розвиток виробництва, визначають його структуру. Від ефективності функціонування підприємства залежать економічний, науковий, технічний рівень розвитку країни, добробут усіх верств населення.

Стан економіки підприємства стає головним фактором, який визначає результати його діяльності. Кількісні і якісні параметри економічного стану визначають місце підприємства на ринку і здатність функціонувати в економічному просторі. Все це призвело до підвищення ролі підприємства як основної ланки всієї економіки, оскільки саме на цьому рівні створюється потрібна суспільству продукція, надаються необхідні послуги.

За цих умов необхідна сучасна, адекватна ринковим умовам організація господарської діяльності кожного підприємства. Отже, підготовка фахівців у галузі економіки і фінансів підприємства, що мають глибокі теоретичні і практичні знання, можуть узагальнювати та застосовувати закордонний досвід розвинутих країн у діяльності вітчизняних підприємств, є своєчасною та актуальною.

Метою викладання навчальної дисципліни «Економіка і фінанси підприємства» є формування у здобувачів сучасного економічного мислення і системи спеціальних знань про базові поняття щодо господарсько-фінансової діяльності підприємства, змісту їх окремих напрямів та їх взаємозв'язку, системи показників, що їх характеризують.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Економіка і фінанси підприємства» є вивчення господарських процесів, що відбуваються у виробничо-комерційних системах підприємств; закріплення комплексу економічних знань і засвоєння досягнень теорії та практики управління підприємствами; набуття практичних навичок у прийнятті науково-обґрунтованих господарсько-управлінських рішень в умовах ринкової економіки.

Навчальний матеріал ґрунтується на положеннях сучасної економічної теорії, наукових розробках закордонних учених, законах і нормативно-правових актах, що діють в українській економіці. Вивчення цієї дисципліни безпосередньо спирається на вивчення наступних дисциплін: економічна теорія (мікроекономіка), менеджмент і адміністрування (менеджмент), менеджмент і адміністрування (теорія організації), менеджмент і адміністрування (операційний менеджмент), міжнародні економічні відносини та зовнішньоекономічна діяльність підприємства, фінанси, гроші та кредит.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1

ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ РИНКОВИХ ВІДНОСИН. ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

ТЕМА 1 ПІДПРИЄМСТВО В СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНІЙ РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ



Питання для теоретичної підготовки:

1. Підприємство як суб'єкт ринкової економіки.
2. Зовнішнє середовище функціонування підприємства.
3. Ринок та його інфраструктура.
4. Державне регулювання діяльності підприємства.
5. Види підприємства та їх класифікація. Об'єднання підприємств.
6. Напрями та види діяльності підприємства.

Ключові поняття:

підприємство, ринок, кон'юнктура ринку, конкуренція, інфраструктура ринку, зовнішнє середовище, мікросередовище, макросередовище, приватне підприємство, колективне підприємство, комунальне підприємство, державне підприємство, господарські товариства, кооператив, об'єднання підприємств, асоціація, корпорація, консорціум, концерн, промислово-фінансова група, холдинг

Розкриття змісту ключових питань теми

1.1 Підприємство як суб'єкт ринкової економіки

Відповідно до Господарського кодексу України, **підприємство** – самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому чинним законодавством.

У структурі національної економіки підприємство є первинною ланкою. Саме тут безпосередньо поєднуються різноманітні фактори виробництва для створення матеріальних благ та надання послуг, реалізуються особисті та колективні інтереси. Упорядкована сукупність підприємств та їх об'єднань утворює економічну систему країни.

Від того, наскільки ефективно працюють підприємства, який їх фінансовий стан, яку випускають продукцію за рівнем якості і

конкурентоздатності, як впроваджують результати науково-технічного прогресу, залежить економічна могутність країни та рівень життя її громадян.

При будь-якій формі господарювання підприємства грають найважливішу роль у економіці держави. З макроекономічних позицій підприємства є основою для:

– збільшення національного доходу, валового внутрішнього продукту та валового національного продукту;

– забезпечення обороноздатності держави;

– підвищення матеріального добробуту усіх верств громадян країни;

– вирішення проблеми зайнятості;

– простого і розширеного відтворення;

– можливості існування держави і виконання своїх функцій (це пов'язано з тим, що значна частина державного бюджету формується за рахунок податків і зборів з підприємств);

– вирішення багатьох інших соціальних проблем (цю роль підприємства будуть виконувати тільки в тому випадку, якщо вони ефективно функціонують).

Суб'єкт господарювання вважається підприємством за наявності наступних ознак:

– організаційна єдність;

– відокремленість майна;

– майнова відповідальність;

– системна єдність засобів виробництва;

– економічна самостійність;

– наявність ідентифікаційних ознак.

Оскільки підприємства є і суб'єктами, і об'єктами ринкових відносин, надзвичайно важливим є створення належних організаційно-економічних передумов їх діяльності (рис. 1.1).



Рисунок 1.1 – Організаційно-економічні умови функціонування підприємств

Економічна самостійність – передбачає створення умов для реалізації його економічного суверенітету як господарюючого суб'єкта (що виражається, в можливості вибору господарчої діяльності, вільного вибору продавця та умов придбання ресурсів, прийняття рішення про те, що та в якій кількості виробляти, кому та за якими цінами реалізовувати та ін.).

Принцип *самоокупності* полягає в тому, що для забезпечення безперервного руху ресурсів підприємства, постійного кругообігу його фондів необхідно, щоб витрати на виготовлення продукції окупались доходами підприємства.

Принцип *самофінансування* полягає в здійсненні самостійного розвитку виробництва, оновлення обладнання, освоєння нових видів продукції та матеріального стимулювання працюючих за рахунок отриманого прибутку. Для забезпечення цього принципу доходи підприємства повинні не тільки покривати витрати на виготовлення продукції, а і забезпечувати отримання прибутку.

1.2 Зовнішнє середовище функціонування підприємства

Підприємство – це відкрита система, яка може існувати лише за умови активної взаємодії з оточуючим (зовнішнім) середовищем.

Зовнішнє середовище – це сукупність активних господарюючих суб'єктів, економічних, суспільних та природних умов, національних та міждержавних інституційних структур та інших зовнішніх умов та факторів, що діють в оточенні підприємства та впливають на різні сфери його діяльності.

Зовнішнє середовище поділяють на дві складові: мікросереду та макросереду.

Мікросереда – середа прямого впливу на підприємство, яку створюють постачальники матеріально-технічних ресурсів, споживачі продукції (послуг) підприємства, торгові та маркетингові посередники, конкуренти, державні органи, фінансово-кредитні установи, страхові компанії;

Постачальники – це різні суб'єкти господарювання, що забезпечують підприємство матеріально-технічними та енергетичними ресурсами, необхідними для виробництва конкретних товарів або послуг.

Основними клієнтами підприємств є *споживачі продукції (послуг)*, що знаходяться на різних ринках:

– *споживчому ринку* (населення, що придбає товари та послуги для власного споживання);

– *ринку виробників* (організації, що придбають продукцію виробничо-технічного призначення);

- *ринку посередницьких продавців*, що придбають товари та послуги для їх подальшого перепродажу з отриманням прибутку для себе;
- *ринку державних установ* (оптові покупці продукції для державних потреб);
- *міжнародному ринку* (іноземні покупці на раніше перерахованих типах клієнтурних ринків).

Маркетингові посередники – це фірми, що допомагають підприємству в просуванні, збуті та розповсюдженні його товарів серед клієнтів (торгові посередники, фірми, що спеціалізуються на організації товарообігу, агентства по здійсненню маркетингових послуг та кредитно-фінансові установи).

Конкуренти – суперники підприємства у боротьбі за більш вигідні умови виробництва та збуту товарів, за отримання найвищого прибутку.

Контактні аудиторії – це організації, що проявляють реальний або потенціальний інтерес до підприємства або здійснює вплив на його спроможність досягати поставлених цілей. Це фінансові кола (банки, інвестиційні компанії, фондова біржа, акціонери), засоби інформації, різні державні установи представницької та виконавчої влади, населення та суспільні організації.

Макросереда – середа непрямого впливу на підприємство. Вона включає природну, демографічну, науково-технічну, економічну, екологічну, політичну та міжнародну середу.

У макросереді діє значно більша кількість факторів, ніж у мікросереді. їм притаманні багатоваріантність, невизначеність та непередбаченість наслідків.

1.3 Ринок та його інфраструктура

Ринок – це сфера товарного обігу і пов'язана з ним сукупність товарно-грошових відносин, яка виникає у процесі купівлі-продажу товарів між виробниками та споживачами.

Товарно-грошові відносини, здійснювані за допомогою ринку, включають господарські зв'язки по доведенню товару до споживача (виробництво-ринок-споживач) та зворотні (споживач-ринок-виробництво). Зворотній зв'язок характеризується як рухом грошових коштів, так і відповідної інформації про потреби та платоспроможний попит споживачів. Матеріальною основою ринкових відносин є рух товару і грошей, який відбувається на підставі вільної взаємовигідної угоди в умовах конкуренції.

Наслідком ринкових відносин є задоволення платоспроможного попиту споживачів (покупців) та відшкодування витрат і отримання прибутку продавцями (товаровиробниками і посередниками).

Конституючими параметрами ринку виступають попит, пропозиція, ціна, кон'юнктура, рівновага.

Кон'юнктура – це економічна ситуація на ринку, яка характеризується співвідношенням між попитом та пропозицією, рухом цін та товарних запасів в кожний даний момент часу. Оптимальним станом кон'юнктури є рівновага, тобто такий стан кон'юнктури, при якому досягнута рівність між попитом і пропозицією по обсягу і структурі товарів, в межах яких виробник і споживач мають намір продовжувати поставки і закупівлі і тільки при такій рівноважній ціні.

Обов'язковим атрибутом ефективно функціонуючого ринку є конкуренція. Під **конкуренцією** розуміють змагальність між товаровиробниками за вигідніші умови виробництва й збуту товарів. Це та сила, що змушує виробництво і ринок рухатись до рівноваги. Взаємодія попиту, пропозиції та ціни в умовах конкуренції визначає появу і дію механізму ринкового саморегулювання.

Для аналізу і характеристики ринку, використовують різноманітні класифікаційні ознаки та критерії (табл. 1.1).

Більшість з названих класифікаційних ознак характеризує особливості об'єкту ринкових відносин. Найбільш детально диференційовано ринок товарів та послуг (в подальшому – товарний ринок). Це обумовлено як значними обсягами цього ринку, так і його впливом на стан інших ринків. Адже саме на цьому ринку здійснюється обіг речовинних чинників виробництва, задовольняється попит людини в предметах споживання. Саме тут відбувається інтеграція ринків сировини, робочої сили та капіталу, закладаються підвалини розвитку продуктивних сил. Визначаючи потреби в товарах та послугах, цей ринок впливає на розподіл інвестиційних ресурсів, виявляє найбільш привабливі галузі для залучення капіталів. Сприяє створенню нового або вдосконаленню існуючого виробництва. Разом з тим, його розвиток знаходиться під впливом інших ринків, перш за все ринку капіталів, робочої сили, тощо. Цей взаємозв'язок формує певну структуру інтегрованої ринкової системи, порушення якої веде до зміни ситуації в загальній економічній системі.

Таблиця 1.1 – Класифікація ринків

Класифікаційна ознака	Види ринків
Елементно-технологічний склад ринку	<ul style="list-style-type: none"> – засобів виробництва; – предметів споживання; – праці (робочої сили); – інновацій та інформації; – інвестиційних ресурсів; – валютний; – грошово-кредитний.
Функціональне призначення об'єктів ринку	<ul style="list-style-type: none"> – продовольчих і непродовольчих товарів; – знарядь і предметів праці та інших товарів виробничого призначення; – нерухомості, землі, корисних копалин; – побутових, транспортних комунальних послуг; – валюти, грошей, цінних паперів.
Галузева приналежність об'єктів ринку	<ul style="list-style-type: none"> – автомобільний; – комп'ютерний; – аграрний ринок і т. п.
Суб'єктний склад ринку	<ul style="list-style-type: none"> – ринок споживачів; – ринок виробників; – ринок посередників; – ринок державних установ; – ринок міжнародних виробників, продавців, посередників.
Географічні межі ринку	<ul style="list-style-type: none"> – місцевий (локальний) ринок; – регіональний ринок; – Національний ринок; – Світовий ринок.

Ринок виконує важливі економічні **функції**, до яких відносяться:

– *товаропросування* – забезпечується рух товарів від виробника до споживача;

– *узгоджувальна* – узгоджує асортиментну структуру виробництва та споживання економічних ресурсів; балансує попит та пропозицію за обсягом та товарною структурою;

– *регулювання* (ринок визначає, яку продукцію, скільки, коли, як і для кого виробляти; встановлюються необхідні відтворювальні пропорції, оптимізується розподіл інвестиційних, матеріальних і трудових ресурсів між сферами діяльності та галузями виробництва);

– *оцінювальна* виявляє цінність товару за допомогою визначення не тільки кількості витраченої праці, але й її віддачі, порівнює витрати і результати;

– *стимулювальна* – мотивація виробників до підвищення ефективності виробництва, створення товарів з найменшими витратами та отримання прибутку, реалізації у виробництві науково-технічних досягнень;

– *контрольна* (забезпечується дієвий економічний контроль за раціональним суспільно-припустимим рівнем виробничих витрат).

Необхідною умовою нормального функціонування ринку є створення добре розвинутої ринкової інфраструктури. За рівнем її розвитку можна говорити і про ступінь розвитку ринкових відносин, сучасного ринку в певній країні.

Інфраструктура ринку – це сукупність різних інститутів ринку, що обслуговують і створюють сприятливі умови для ефективного функціонування різних видів ринків.

Ринкову інфраструктуру умовно поділяють на три блоки:

– **організаційно-технічна інфраструктура** (товарні біржі, аукціони, торговельні дома, торговельні палати, холдингові, брокерські компанії, інформаційні центри, ярмарки, сервісні центри, різноманітні асоціації підприємців і споживачів, державні інспекції, транспортні комунікації, засоби зв'язку);

– **фінансово-кредитна інфраструктура ринку** (банки, фондові й валютні біржі, страхові та інвестиційні компанії, фонди профспілок та інших громадських організацій, інституції, які мобілізують тимчасово вільні грошові ресурси, перетворюючи їх на кредити, а потім і на капіталовкладення);

– **науково-дослідницька інфраструктура** ринку включає наукові інститути з вивчення ринкових проблем, венчурні фірми, інформаційно-консультативні фірми, аудиторські організації, спеціальні навчальні заклади.

Кожний вид ринку має конкретну ринкову установу. Так, ринок засобів виробництва і ринок предметів споживання обслуговують аукціони, ярмарки, товарні біржі, торгові дома, торгово-промислові палати, магазини, пункти прокату і лізингу, брокерські компанії. Фінансовий ринок (грошей і цінних паперів) обслуговують фондові біржі, банки, фінансово-кредитні посередники. Валютний ринок обслуговують банки. Ринок праці (робочої сили) обслуговують біржі праці або служби зайнятості.

1.4 Державне регулювання діяльності підприємства

Метою державного регулювання економіки є досягнення найбільш ефективного економічного, соціального, наукового й культурного розвитку країни.

Основні принципи державного регулювання економіки:

1) мінімальне втручання державних органів у економічні процеси (виконання ними лише тих функцій, які не можуть виконувати самі суб'єкти ринкових відносин);

2) опосередкований вплив відповідних владних структур на суб'єктів господарювання за допомогою економічних регуляторів і нормативів.

Вплив держави на економіку підприємства здійснюється:

- у формі **прямого** державного регулювання діяльності підприємств;
- через **непрямі** (економічні) форми впливу (рис. 1.2).



Рисунок 1.2 – Форми впливу держави на економіку підприємства

Регулювання діяльності підприємств в умовах ринку докорінно відрізняється від втручання держави в економіку підприємств, як це мало місце в умовах командної економіки. Відсутність директивних вказівок державних органів підприємствам, застосування переважно економічних методів впливу, відсутність

суб'єктивного підходу до умов роботи окремих підприємств, захист судом інтересів підприємств від посягань державних чиновників, захист комерційної таємниці підприємства – це характерні особливості взаємодії підприємства та держави в ринковому середовищі, що повинні бути створені в Україні.

1.5 Види підприємства та їх класифікація. Об'єднання підприємств

Усі підприємства можна класифікувати за певними ознаками:

I. За формами власності:

– *приватне підприємство*, що діє на основі приватної власності громадян чи суб'єкта господарювання (юридичної особи);

– *підприємство колективної власності*, що діє на основі колективної власності;

– *комунальне підприємство*, що діє на основі комунальної власності територіальної громади;

– *державне підприємство*, що діє на основі державної власності;

– *підприємство, засноване на змішаній формі власності* (на базі об'єднання майна різних форм власності);

– *спільне комунальне підприємство*, що діє на договірних засадах спільного фінансування (утримання) відповідними територіальними громадами – суб'єктами співробітництва.

II. Залежно від способу утворення (заснування) та формування статутного фонду в Україні діють:

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

– *корпоративне підприємство* створюється, як правило, двома або більше засновниками за їх спільним рішенням (договором), діє на основі об'єднання майна та/або підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників), їх спільного управління справами, на основі корпоративних прав, у тому числі через органи, що ними створюються, участі засновників (учасників) у розподілі доходів та ризиків підприємства.

– **III. Відповідно до правового статусу та форми господарювання** розрізняють такі види підприємств:

– *одноосібні підприємства*, які є власністю однієї особи, яка відповідає за своїми зобов'язаннями усім майном;

– *господарські товариства* – підприємства або інші суб'єкти господарювання, створені юридичними особами та/або громадянами шляхом об'єднання їх майна і участі в підприємницькій діяльності товариства з метою одержання прибутку;

– *кооперативні підприємства* – добровільні об'єднання громадян з метою спільного здійснення господарської діяльності;

– *орендні підприємства*, які засновані на договірних взаєминах щодо тимчасового володіння і користування майном.

IV. Підприємства поділяють за такими **видами економічної діяльності**:

– сільське господарство, в тому числі мисливство та лісове господарство, рибне господарство;

– промисловість, яка об'єднує три секції галузей промисловості: добувна промисловість, обробна промисловість, виробництво електроенергії, газу та води;

– будівництво;

– оптова та роздрібна торгівля; торгівля транспортними засобами, послуги з ремонту;

– готелі та ресторани;

– транспорт;

– фінансова діяльність (включає фінансове посередництво, страхування та допоміжну діяльність у сфері фінансів та страхування (фондові та товарні біржі, брокерські операції з цінними паперами тощо);

– операції з нерухомістю, здавання у найм та послуги юридичним особам;

– управління;

– освіта;

– охорона здоров'я і соціальна допомога;

– колективні, громадські та особисті послуги (включає асенізацію та прибирання вулиць; діяльність організацій промисловців та підприємців; професійних, релігійних і політичних організацій; діяльність у сфері відпочинку і розваг, культури та спорту; індивідуальні послуги тощо).

V. За **розміром підприємства** відповідно до Закону України від 05.10.2017 № 2164-VIII «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» поділяються так:

1. Мікропідприємства. Мікропідприємствами є підприємства, показники яких на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передуює звітному, відповідають щонайменше двом із таких критеріїв:

– балансова вартість активів – до 350 тисяч євро;

– чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – до 700 тисяч євро;

– середня кількість працівників – до 10 осіб.

2. *Малі підприємства.* Малими є підприємства, які не відповідають критеріям для мікропідприємств та показники яких на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передує звітному, відповідають щонайменше двом з таких критеріїв:

- балансова вартість активів – до 4 мільйонів євро;
- чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – до 8 мільйонів євро;
- середня кількість працівників – до 50 осіб.

3. *Великі підприємства.* Великими є підприємства, які не відповідають критеріям для середніх підприємств та показники на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передує звітному, відповідають щонайменше двом із таких критеріїв:

- балансова вартість активів – понад 20 мільйонів євро;
- чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – понад 40 мільйонів євро;
- середня кількість працівників – понад 250 осіб.

4. *Середні підприємства.* Середніми є підприємства, які не відповідають критеріям для малих підприємств та показники яких на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передує звітному, відповідають щонайменше двом з таких критеріїв:

- балансова вартість активів – до 20 мільйонів євро;
- чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – до 40 мільйонів євро;
- середня кількість працівників – до 250 осіб.

VI. За **національною належністю капіталу** заведено розрізняти підприємства:

- *підприємство з іноземними інвестиціями* (у статутному капіталі підприємства іноземна інвестиція становить не менш як десять відсотків);
- *іноземне підприємство* (у статутному капіталі підприємства іноземна інвестиція становить сто відсотків);
- *національні (вітчизняні) підприємства.*

Підприємства з метою підвищення ефективності діяльності можуть на добровільних засадах утворювати різного роду об'єднання. Під **об'єднанням підприємств** слід розуміти господарську організацію, створену в складі двох або більше підприємств з метою координації їх виробничої, наукової та іншої діяльності для вирішення спільних економічних та соціальних завдань.

Основними організаційними формами об'єднань підприємств є:

Асоціація – найпростіша форма договірною об'єднання підприємств, створена з метою постійної координації господарської діяльності. Асоціація не

має права втручатися у виробничу і комерційну діяльність будь-кого з її учасників.

Корпорація – договірне об'єднання, створене на основі поєднання виробничих, наукових і комерційних інтересів підприємств, з делегуванням ними окремих повноважень органу управління корпорацією. Цей орган використовує ці повноваження для централізованого регулювання діяльності кожного з учасників.

Консорціум – тимчасове статутне об'єднання промислового і банківського капіталу для досягнення спільної мети, як правило, при здійсненні крупних фінансових операцій чи реалізації спільного інвестиційного проекту.

Концерн – статутне об'єднання підприємств промисловості, наукових організацій, транспорту, банків, торгівлі тощо на основі повної фінансової залежності від одного або групи підприємств, які перебувають під єдиним контролем. Після створення концерну суб'єкти господарювання втрачають свою самостійність, підпорядковуючись потужним фінансовим структурам.

Промислово-фінансова група – є об'єднанням, яке створюється з метою реалізації державних програм розвитку пріоритетних галузей виробництва, а також з метою виробництва кінцевої продукції. До її складу можуть входити промислові та інші підприємства, наукові та проектні установи. У складі промислово-фінансової групи визначається головне підприємство, яке має виключне право діяти від імені промислово-фінансової групи.

Холдинг – суб'єкт господарювання, що безпосередньо не займається виробничою діяльністю, а використовує свої кошти для придбання контрольних пакетів акцій інших підприємств, які є учасниками концерну або іншого добровільного об'єднання. Завдяки цьому холдингова компанія здійснює контроль за діяльністю таких підприємств. Об'єднані у холдингу суб'єкти мають юридичну й господарську самостійність. Проте право вирішення основних питань їхньої діяльності належить холдинговій компанії.

1.6 Напрями та види діяльності підприємства

У практиці господарювання кожне підприємство, здійснює багато конкретних видів діяльності, котрі можна об'єднати в окремі головні напрямки:

– **вивчення ринку товарів** (маркетингова діяльність) – це визначальний напрямок діяльності кожного підприємства, який передбачає комплексне дослідження ринку, рівня конкурентоспроможності й цін на продукцію, інших вимог покупців товару, зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства.

– **інноваційна діяльність**, яка ґрунтується на результатах вивчення ринку товарів та служать вихідною базою для обґрунтування конкретних шляхів

удосконалення й розвитку підприємства на перспективний період. Вона охоплює науково-технічні розробки, технологічну й конструкторську підготовку виробництва, запровадження технічних, організаційних та інших нововведень, формування інвестиційної політики на найближчі роки, визначення обсягу необхідних інвестицій тощо.

– **виробнича діяльність підприємства**, яка передбачає обґрунтування обсягу виготовлення продукції певної номенклатури та асортименту відповідно до потреб ринку; формування маркетингових програм для окремих ринків і кожного виду продукції, їхню оптимізацію відносно виробничих можливостей підприємства; збалансування виробничої потужності та програми випуску продукції; забезпечення виробництва необхідними матеріально-технічними ресурсами; розробку й дотримання узгоджених у часі оперативно-календарних графіків випуску продукції.

– **комерційна діяльність** – організація і стимулювання збуту продукції підприємства, проведення реклами.

– **післяпродажний сервіс** охоплює пусконаладжувальні роботи у сфері експлуатації (використання) куплених на ринку товарів (машин та устаткування, автомобілів, комп'ютерної, медичної, складної побутової техніки, інших виробів виробничо-технічного й споживчого призначення), їхнє гарантійне технічне обслуговування протягом певного терміну, забезпечення необхідними запасними частинами і проведення ремонтів під час нормативного строку служби тощо.

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

– **соціальна діяльність**, яка спрямована на підвищення рівня професійної підготовки й компетентності працівників, удосконалення мотиваційного механізму, постійно підтримуваних на належному рівні умов праці та життя трудового колективу.



Питання для самоконтролю знань:

1. Дайте характеристику поняття «підприємство». Які ознаки підприємства Вам відомі?
2. Охарактеризуйте середовище господарювання підприємства.
3. Назвіть фактори макросередовища та виявіть її вплив на діяльність підприємства.

4. Назвіть основні елементи мікросередовища підприємства та виявіть її вплив на діяльність підприємства.

5. Яку роль виконує ринок у процесі відтворення суспільного виробництва?

6. Надайте класифікацію ринків за різними ознаками.

7. Які функції виконує ринок?

8. Визначте сутність та різновиди інфраструктури ринку.

9. Як держава впливає на розвиток підприємства?

10. За якими ознаками доцільно здійснювати класифікацію підприємств?

11. Як поділяють підприємства згідно із способом утворення та формування статутного фонду?

12. Які критерії використовують для поділу підприємств за розмірами?

13. Надайте характеристику основних видів об'єднань підприємств.

14. Розкрийте основні напрямки діяльності підприємства.

ТЕМА 2 ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА



Питання для теоретичної підготовки:

1. Зміст та основні принципи планування діяльності підприємства.
2. Види планів.
3. Технологія планування діяльності підприємства.
4. Стратегічне планування і формулювання стратегії діяльності підприємства.
5. Характеристика тактичного планування.
6. Оперативне планування поточної діяльності підприємства.

Ключові поняття:

планування, план, принципи планування; методи планування діяльності; стратегічне планування; методи вибору генеральної стратегії; стратегічні альтернативи; субстратегії розвитку підприємства; бізнес-план; тактичне планування; оперативне планування

Розкриття змісту ключових питань теми

2.1 Сутність планування, його види, принципи здійснення та методи

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

Результатом процесу планування є план, який завдяки використанню певних ресурсів та виконанню певних дій повинен забезпечити досягнення бажаної мети.

План – це система взаємозалежних, об'єднаних загальною метою завдань, що забезпечують реалізацію цілей виробничої системи.

Процес планування діяльності підприємства має багато складових: виробництво і реалізація продукції, її собівартість, забезпеченість трудовими, матеріальними і фінансовими ресурсами, фінансові результати роботи, фінансовий стан підприємства, його інвестиційна діяльність. Саме це і формує **об'єкт планування діяльності підприємства**.

Предметом планування на підприємстві є його ресурси. У процесі планування встановлюються їх необхідність, оптимальна кількість, напрями та термін використання, режим споживання, засоби поповнення.

Основними функціями планування є:

- функція реалізації – планування є основним засобом реалізації економічної політики на підприємствах, галузях і в економіці в цілому;
- функція узгодження – забезпечення узгодженого розвитку підрозділів підприємства, підприємств, галузей і економіки;
- функція передбачення – формує передбачуваний у певних межах характер господарювання;
- функція єдності – забезпечує єдність керуючих впливів на суб'єктів господарювання, які функціонують як на мікрорівні (підприємство), так і на макрорівні (економіка в цілому).

Принципи планування:

- цільова напрямленість (цілепокладання). Чітко визначені кінцеві цілі є вихідним пунктом планування. Виділяють п'ять основних цілей (або груп цілей) підприємства: господарсько-економічні; виробничо-технологічні; науково-технічні; соціальні; екологічні;
- системність (планування є цілісною системою планів і охоплює всі сфери діяльності підприємства);
- безперервність (підтримування безперервної планової перспективи, взаємопогодження довго-, середньо- та короткострокових планів, своєчасне коригування перспективних і поточних планів);
- збалансованість (кількісна відповідність міжвзаємозв'язаними розділами й показниками плану);
- оптимальність використання ресурсів;
- принцип гнучкості.

Методи планування – це сукупність засобів, прийомів, процедур, за допомогою яких здійснюється розроблення планів підприємства.

Таблиця 2.1 – Класифікація методів планування

Класифікаційні ознаки	Методи планування
Вихідна позиція для розробки плану	Ресурсний (за можливостями) Цільовий (за потребами)
Принципи визначення планових показників	Екстраполяційний Інтерполяційний
Спосіб розрахунку планових показників	Експериментально-статистичний (середніх показників) Факторний Нормативний
Узгодженість ресурсів та потреб	Балансовий Матричний
Варіантність планів	Одноваріантний (інтуїтивний) Багатоваріантний Економіко-математичної оптимізації
Спосіб виконання розрахункових операцій	Ручний Механізований Автоматизований
Форма подання планових показників	Табличний Лінійно-графічний Логіко-структурний (сітьовий)

2.2 Види планів

В процесі господарської діяльності розробляють різні плани, які утворюють систему планування, забезпечуючи безперервність і спадковість планів. Плани підприємства диференціюються за різними ознаками.

Залежно від тривалості планового періоду планування поділяється на:

1. Перспективне планування

– довгострокове (стратегічне) – виражає переважно стратегію розвитку підприємства, в ньому використано рішення, що стосуються сфер діяльності й вибору її напрямків;

– середньострокове – деталізований стратегічний план на перші роки (до 5 років) діяльності підприємства.

2. Поточне планування полягає в розробці планів на всіх рівнях управління підприємством та за всіма напрямками його діяльності на більш короткі періоди (рік, квартал, місяць). Різновидом поточного планування є оперативно-календарне планування, тобто календарне погодження виробничого процесу між структурними підрозділами з урахуванням послідовності та параметрів технологічного процесу.

За змістом розрізняють:

1. *Техніко-економічне* планування є комплексним і охоплює і всі аспекти діяльності підприємства, це, власне, плани його соціального й економічного розвитку. У процесі техніко-економічного планування встановлюються завдання усім підрозділам підприємства, а також розраховуються обсяги ресурсів, необхідні для виконання завдань. Техніко економічний план підприємства розробляється відповідно до напрямів діяльності підприємства і може складатися приблизно з таких розділів: маркетингова діяльність; виробнича діяльність; фінансовий план, матеріально-технічне забезпечення; капітальні вкладення та капітальне будівництво; плани розроблення і впровадження нових технологій і виробів й ін.

2. *Оперативне* планування виробництва є логічним продовженням техніко-економічного планування. Головним завданням оперативного планування є забезпечення ритмічного виконання плану виробництва та договірних зобов'язань підприємства щодо поставки продукції в повному обсязі і номенклатурі.

Залежно від обов'язковості виконання розрізняють:

1) *директивний план* – всі завдання якого є обов'язковими для виконання.

2) *індикативний план* – має рекомендаційний характер і слугує для підприємств чи галузей орієнтиром щодо формування економічної політики. Такий план не підпадає під обов'язкове виконання.

За предметом планування розрізняють:

1. *Стратегічні плани* – комплексні плани, які визначають головні напрями діяльності підприємства забезпечуючи його розвиток за ефективного використання потенціалу у взаємозв'язку із внутрішньовиробничими резервами й зовнішнім середовищем.

2. *Виробничі плани* (плани розвитку виробництва) розробляють стосовно діючого підприємства. В них плануються: випуск і реалізація продукції, забезпечення виробництва матеріальними, трудовими і фінансовими ресурсами, техніко-технологічне удосконалення виробництва тощо.

3. *Бізнес-плани* розробляють при створенні підприємства, й розширенні, технічному удосконаленні або придбанні активів (майнового комплексу, майна). Такий план слугує інструментом розроблення концепції ведення бізнесу і визначення його результатів.

4. *Програми* розробляють для розв'язання конкретних проблем, передбачаючи чітко визначення шляхів, напрямів, засобів та послідовності їх вирішення.

2.3 Технологія планування діяльності підприємства

Процес планування на підприємстві здійснюється шляхом реалізації таких етапів:

- встановлення загальних цілей підприємства;
- визначення конкретних цілей підприємства на плановий період і подальшою їх деталізацією;
- визначення шляхів, способів, методів і засобів досягнення цілей;
- контроль за процесом досягнення поставлених цілей.

Для ефективного планування підприємству необхідно визначити головну мету та сукупність цілей, яких воно повинно досягнути.

Місія – генеральна мета, яка стосується довгострокової орієнтації підприємства на який-небудь вид діяльності та відповідне місце на ринку. Здебільшого, місією сучасного підприємства вважають виробництво продукції (послуг) для задоволення потреб ринку та одержання максимально можливого прибутку.

Цілі підприємства – це його бажаний стан, конкретні межі, яких воно має досягнути в усіх сферах діяльності в кінці стратегічного періоду і на проміжних етапах.

Правильно сформульовані цілі мають відповідати таким вимогам:

- реалістичність, досяжність;
- наукова обґрунтованість;
- вимірюваність;
- орієнтованість у часі;
- гнучкість;
- сумісність, взаємно узгодженість (щоб не суперечили одна одній, крім того, щоб з місії випливали довгострокові, а з неї – короткострокові цілі).

З метою узгодження цілей, доведення до різного рівня виконавців і забезпечення виконання, особливу увагу слід приділити такому важливому етапу їх формування як побудова ієрархії (дерева) цілей.

Ієрархія цілей означає конкретизацію цілей більш високого рівня в цілі нижчого рівня та доведення їх до кожного виконавця. Тобто йдеться про рангування, декомпозицію цілей, яка вимагає побудови «дерева цілей».

«Дерево цілей» – це графічне зображення взаємозв'язку і підпорядкованості цілей, що відображає розподіл місії і мети на цілі, підцілі, завдання та окремі дії.

2.4 Стратегічне планування і формулювання стратегії діяльності підприємства

Стратегія – це генеральна комплексна програма дій, яка визначає пріоритетні для підприємства проблеми, його місію, головні цілі та розподіл ресурсів для їхнього досягнення. За своїм змістом стратегія є довгостроковим плановим документом, результатом стратегічного планування.

Стратегічне планування – процес здійснення сукупності систематизованих та взаємоузгоджених робіт з визначення довгострокових (на певний період) цілей та напрямків діяльності підприємства.

Виділяють три основні рівні стратегій:

1. Загальнокорпоративна (генеральна) стратегія опрацьовується на рівні всієї організації її вищим керівництвом. Вона визначає місію організації, види та ринки її діяльності, бажане зростання та рентабельність. Отже, основними елементами загальнокорпоративної стратегії є: сфера стратегії та розподіл ресурсів.

2. Стратегія бізнесу (конкурентна стратегія) є подальшою деталізацією загальнокорпоративної стратегії, яка спрямована на забезпечення конкурентних переваг конкретного структурного підрозділу організації на певному ринку або у певній галузі.

3. Функціональна стратегія. Управління організацією здійснюється за функціями (виробництво, маркетинг, фінанси, облік тощо). Функціональні служби організації опрацьовують стратегії оптимального використання ресурсів організації в цілому за певними функціями, а не за окремими структурними підрозділами.

Усі три рівні стратегій щільно пов'язані між собою і утворюють в сукупності так звану піраміду стратегій (рис. 2.1).

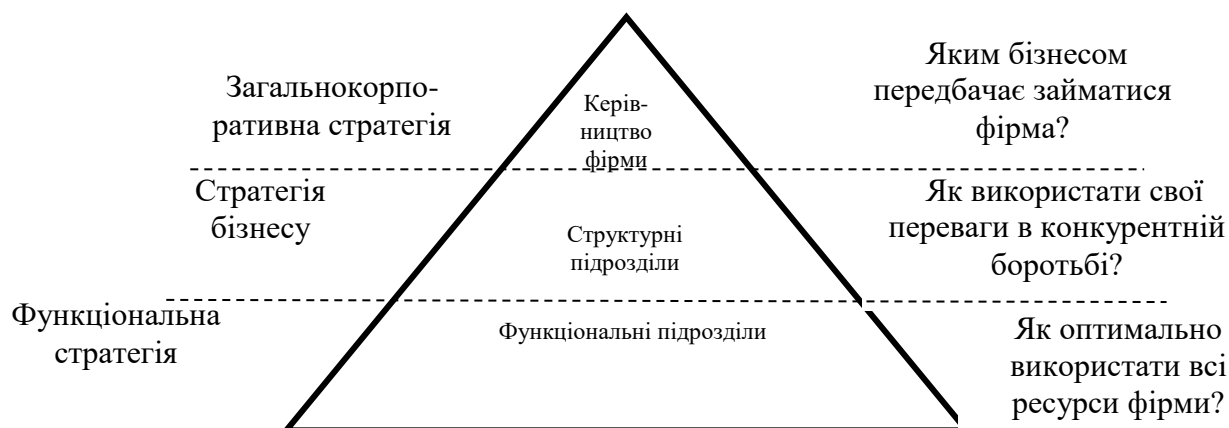


Рисунок 2.1 – Піраміда стратегій

У спрощеному вигляді процес розробки стратегії охоплює декілька етапів (рис. 2.2).

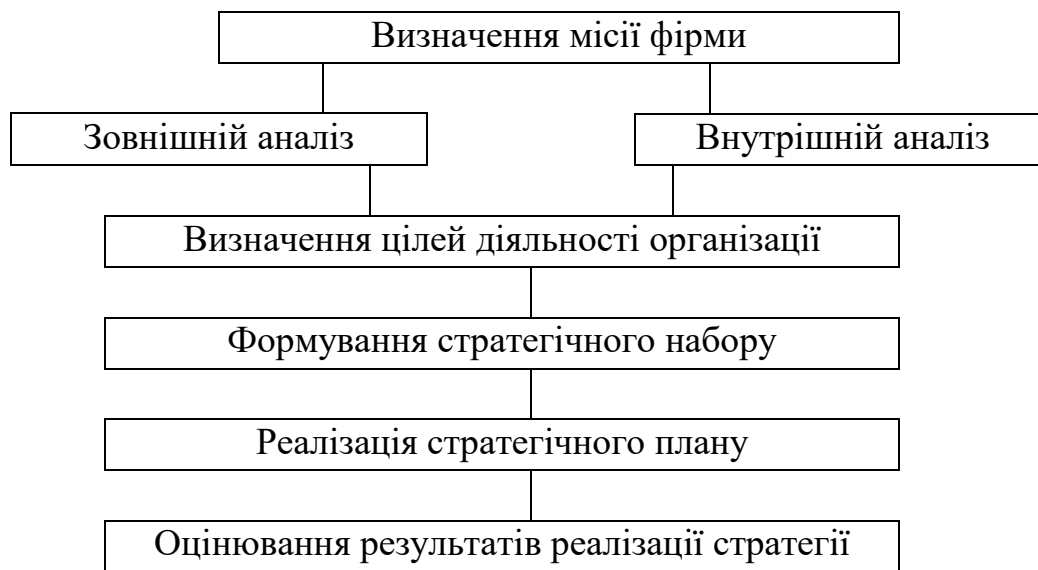


Рисунок 2.2 – Етапи стратегічного планування

2.5 Характеристика тактичного планування

Тактичне планування діяльності підприємства – розробка середньо- та короткострокових планів.

Тактичне планування займає проміжне місце між стратегічним та оперативно-календарним плануванням і його можна представити як засіб реалізації стратегії підприємства.

Тактичні плани деталізують передусім функціональну стратегію і в такий спосіб надають їй завершену конкретну форму. Розробляючи на основі стратегії тактичні плани, менеджери підприємств чітко визначають тактичні й оперативні цілі та сукупність практичних завдань, необхідних для реалізації стратегії.

Призначенням тактичного планування є максимальне забезпечення взаємозв'язків цілей з можливостями підприємства, визначення пріоритетності, послідовності та способів їх досягнення.

Метою тактичного планування є встановлення та розподіл завдань між функціональними і лінійними підрозділами підприємства, а також визначення їх ролі та місця у ланцюгу досягнення загальних цілей підприємства.

Тактичне планування здійснюється за трьома етапами:

- перший етап – розроблення загального для всього підприємства плану;
- другий етап – конкретизація змісту загального плану для структурних підрозділів;

– третій етап – розроблення планів за бізнес-процесами, узгоджених із загальним і планами структурних підрозділів.

У практиці господарювання *на першому етапі* плани розробляються за такими *напрямами*:

1) *науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи* зі створення нових (поліпшення властивостей традиційних) товарів, застосування прогресивних технологій їх виготовлення;

2) *виробництво* – організація випуску продукції в певному обсязі із заданими параметрами якості і вартості на основі застосування необхідних технологій та активів;

3) *соціальна діяльність* – організація, оплата та умови праці персоналу;

4) *обслуговування виробництва* ремонтними, транспортними, складськими послугами, інструментом та енергією;

5) *логістика* – постачання матеріальних ресурсів на підприємство;

6) *інвестиційна діяльність* із введення в дію основних засобів і здійснення довгострокових капіталовкладень, необхідних для покращення результативності будь-якої сфери діяльності підприємства;

7) *організація управління* шляхом формування структури підприємства, розподілу влади і відповідальності;

8) *фінансова діяльність*, пов'язана із залученням інвестиційних ресурсів та фінансуванням обороту активів;

9) *комерційна діяльність* із організації продажу вироблених товарів (реклама, брендинг, стимулювання збуту тощо);

10) *зв'язки з громадськістю* щодо формування позитивного іміджу підприємства та сприйняття його продукції;

11) *організація післяпродажного сервісу* при випуску підприємством товарів довгострокового призначення або таких, що потребують виконання пусконаладжувальних робіт;

12) *охорона навколишнього середовища* для підприємств, технологічні процеси яких завдають шкоди природному середовищу і людям;

13) *експорт-імпорт* у тому разі, коли підприємство займається зовнішньоекономічною діяльністю;

14) *доходи і витрати* – узагальнюючий розділ плану, що містить основні фінансові показники; для власників він підготовляється під назвою «річний фінансовий план».

Способи розрахунку показників за різними напрямами розроблення тактичного плану неоднакові, оскільки, наприклад, потрібні чисельність персоналу підприємства визначається зовсім інакше ніж необхідний обсяг фінансування нового будівництва. Проте є й загальні засади планування,

характерні для всіх напрямів. Їх суть полягає в тому, що вони визначають для конкретних завдань у межах напрямку і за кожним напрямом у цілому:

- терміни їх виконання, відповідальність конкретних посадових осіб;
- витрати та очікувані результати;
- ймовірні ризики та способи їх запобігання.

На *другому етапі* здійснюється декомпозиція цілей і завдання загального тактичного плану в підцілі та завдання для структурних підрозділів підприємства. При цьому з метою найточнішого їх доведення до виконавців, підрозділи, в яких вони працюють, поділяють на так звані **центри відповідальності**. Виділяють такі їх типи:

– **центри витрат** – це, як правило, виробничі підрозділи, яким встановлюються завдання з випуску продукції, її якості та нормативи використання ресурсів; цілі менеджерів таких підрозділів полягають в оптимізації витрат на випуск за заданих параметрів якості;

– **центри доходності** – відповідають за реалізацію продукції; це збутові комерційні служби підприємств, завданням їх менеджерів є збільшення обсягу реалізації без зміни цін;

– **функціональні центри** – адміністративні підрозділи, до яких неможливо довести завдання з оцінюванням їх виконання за функцією «витрати/результати»; їх менеджери планують заходи з підвищення якості обслуговування виробничо-комерційної діяльності підприємства;

– **центри прибутковості** – всі підрозділи, функціонування яких безпосередньо пов'язане, а менеджери можуть впливати на величину прибутку від окремих товарів, споживачів чи регіональних ринків; як правило, це відносно самостійні структури, що мають замкнені операційні цикли (дочірні підприємства, філії, відділення, дистриб'юторські організації тощо);

– **центри інвестицій** подібні до центрів прибутковості; вони відрізняються тим, що в них здійснюються основні реальні інвестиції, і за цих умов головне завдання менеджерів полягає у забезпеченні запланованого співвідношення «прибуток / інвестований капітал».

В центрах відповідальності тактичне планування здійснюється переважно на основі таких методів:

– планові заходи – найпростіший метод планування, результатом якого є перелік запланованих завдань із зазначенням термінів їх виконання та відповідальних осіб;

– графіки Ганта, в яких у табличному вигляді моделюється хід виконання запланованих завдань за параметрами: вид операцій, планова і фактична тривалість їх виконання, тривалість перерв, послідовність операцій;

– сітьове планування, що є удосконаленою ідеєю графіків Ганта, шляхом доповнення змісту моделі взаємозв'язками між запланованими завданнями й операціями, а також витратами на їх виконання; цей метод дає змогу розв'язувати завдання з планування відносної вартості прискорення робіт;

– бюджетування, за якими плануються фінансові показники: рух грошових коштів; витрати, пов'язані з діяльністю підрозділу за статтями калькуляції продукції, елементами кошторису і статтями балансу; а також, за можливості – прибуток.

Названі методи прості у використанні і знаходять широке застосування в тактичному плануванні діяльності підрозділів або малих підприємств. У складніших ситуаціях, а саме при плануванні на *третьому етапі* бізнес-процесів, використовуються комп'ютеризовані версії графіків Ганта, сітьового планування та бюджетування, а метод планових заходів не застосовується.

2.6 Оперативне планування поточної діяльності підприємства

Оперативне планування – це завершальна ланка в системі планування діяльності підприємства, засіб виконання довго-, середньо- та короткострокових планів, основний важіль поточного управління виробництвом.

У процесі оперативного планування здійснюється детальна розробка планів підприємства та його підрозділів – окремих виробництв, цехів, виробничих дільниць, бригад, навіть робочих місць – на короткі проміжки часу (місяць, декаду, робочий тиждень, добу, зміну). При цьому розробка планів органічно поєднується з вирішенням питань організації їхнього виконання та поточного регулювання виробництва.

Методи оперативного планування за своєю сутністю не відрізняються від методів складання тактичного плану і, лише у підсумку, дають більш деталізовану інформацію. Щодо порядку формування оперативного плану, то він включає два *етапи*:

– перший – розроблення загального для підприємства оперативного плану;

– другий – коригування окремих складових загального оперативного плану за результатами уточненого попиту.

На *першому етапі* (розроблення загального оперативного плану) послідовно формуються його *складові* – плани виробничого процесу, технічного розвитку; матеріально-технічного постачання, інструментального забезпечення; паралельно з ними обґрунтовуються плани управлінських служб

і трудових ресурсів; узагальнювальними планами є фінансовий і комерційний (рис. 2.3).

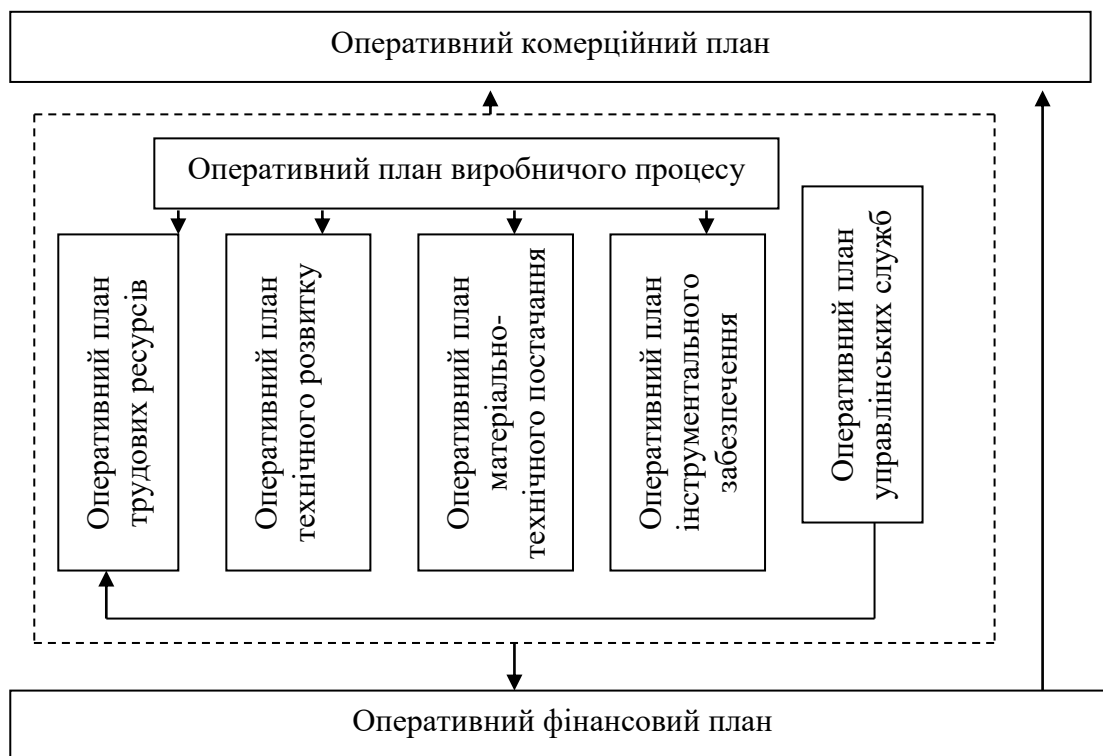


Рисунок 2.3 – Порядок розроблення загального оперативного плану діяльності підприємства

Базою розроблення загального оперативного плану є **оперативний план виробничого процесу**, яким визначаються:

- зміст операцій (виробничих, транспортних, зберігання, контрольних), що складають виробничий процес;
- послідовність (паралельність) і час виконання операцій;
- якісні характеристики незавершеної та кінцевої продукції;
- сировина, матеріали, комплектуючі, паливо, енергія, необхідні для виготовлення продукції згідно з виробничим процесом;
- виробничі площі та устаткування, що мають бути задіяні у виробничому процесі, розміщення та продуктивність машин і механізмів;
- інструменти та пристосування для виконання операцій виробничого процесу;
- потрібний для здійснення виробничого процесу персонал і його кваліфікація.

На основі визначених планом виробничого процесу потрібних площ (об'єктів нерухомості) та устаткування розробляється **оперативний план технічного розвитку**. Ним визначаються:

- постачальники нового устаткування, умови контрактів з ними, час доставки та монтажу машин і механізмів;
- завдання виробничим підрозділам підприємства з виготовлення та монтажу спеціального технологічного устаткування власними силами;
- проєктанти та підрядники для виконання будівельних робіт або перелік і зміст таких робіт, якщо вони виконуються службами капітального будівництва підприємства;
- необхідні ресурси та термін здійснення будівництва;
- графіки технологічних ремонтів устаткування і потрібні для їх виконання ресурси.

Виходячи з потреби в сировині, матеріалах, комплектуючих, паливі, енергії, обгрунтованої оперативним виробничим планом, здійснюється **оперативне планування матеріально-технічного постачання**, яке включає визначення:

- переліку постачальників матеріальних ресурсів, умови контрактів з якими за якісними, ціновими та часовими параметрами найвигідніші для підприємства;
- маршрутів і засобів доставки та розвантаження матеріальних ресурсів;
- термінів знаходження ресурсів на складах, обсягів та строків їх запуску у виробництво;
- енергетичного балансу підприємства, яким встановлюється потрібна підприємству величина кожного виду енергії та джерела її покриття.

Подібно до плану матеріально-технічного постачання складається **оперативний план інструментального забезпечення** виробництва, який містить:

- номенклатуру та кількість інструментів, що виготовляються підприємством самостійно або закуповуються;
- перелік постачальників, способів і часу доставки інструментів;
- терміни виготовлення інструментів, необхідні для цього ресурси;
- порядок зберігання інструментів і використання їх у виробничому процесі.

Інформація оперативних планів матеріально-технічного постачання і забезпечення виробництва інструментами є основою подальшої роботи менеджерів із організації, виготовлення, закупівлі, транспортування, зберігання матеріальних ресурсів та їх запуску у виробництво.

Виробнича потреба в персоналі є базою *оперативного планування трудових ресурсів*. Відповідним планом встановлюються:

- норми виробітку та обслуговування;
- ефективний фонд робочого часу;
- трудомісткість виробничої програми;
- потрібна чисельність виробничого персоналу відповідної кваліфікації з урахуванням її скорочення за рахунок запланованих заходів із технічного розвитку підприємства;
- чисельність і кваліфікація адміністративно-управлінського персоналу (даними для розрахунку служать оперативні плани управлінських служб підприємства).

На основі даних плану трудових ресурсів визначається поточна загальна потреба підприємства за категоріями персоналу, способи його найму та використання за професійним призначенням.

Оперативні плани також складаються кожною управлінською службою підприємства і обґрунтовується необхідний порядок їх дій з обслуговування виробничо-комерційної діяльності. Крім того, вони обов'язково містять бюджети у вигляді потрібних матеріальних, фінансових і трудових витрат на своє функціонування.

Вартісні показники, пов'язані з ресурсним забезпеченням виробництва, узагальнюються в *оперативному фінансовому плані*, яким встановлюються грошові витрати на:

- виробництво;
- капітальне будівництво, придбання устаткування, ремонтні роботи;
- матеріально-технічне та інструментальне забезпечення виробництва;
- персонал;
- дослідження ринку, рекламу та продаж;
- управління підприємством.

Крім того, цим планом обґрунтовуються джерела та терміни фінансування, а також способи запозичення.

І нарешті, формується *оперативний комерційний план*. Виходячи з прогнозованих потреб споживачів щодо кількісних, якісних та цінових характеристик продукції підприємства, а також термінів її постачання, оперативним комерційним планом визначаються:

- номенклатура та кількість продукції, що може забезпечити виробництво;
- терміни виготовлення продукції виходячи з тривалості виробничого циклу і строків поставок матеріальних ресурсів та інструментів;

– рівень витрат, як загальних, так і на одиницю продукції.

Після завершення складання загального оперативного плану починається робота з його реалізації. Якщо замовлення на продукцію підприємства не відповідатимуть запланованій номенклатурі та кількості, то необхідно переглянути оперативний комерційний план.

Починається *другий етап* оперативного планування – коригування окремих складових загального оперативного плану за результатами уточненого попиту. Вихідним у цьому процесі є реальний «портфель замовлень» підприємства – на його основі необхідно довести планові завдання до всіх підрозділів щодо виконання ними функцій із забезпечення виготовлення продукції. Це є прерогативою спеціальної планово-диспетчерської служби, яка:

– доводить інформацію про прийняті комерційними службами замовлення до всіх підрозділів підприємства для того, щоб вони змогли скоригувати відповідні оперативні плани;

– акумулює дані про скориговані задля виконання замовлень складові загального оперативного плану;

– узгоджує наново заплановані заходи для підпорядкування їх єдиній меті – виконанню замовлень і розробляє уточнений оперативний план з виготовлення продукції певної кількості та номенклатури.

Комерційні підрозділи не припиняють своєї діяльності, і до планово-диспетчерської служби замовлення надходять весь час, при цьому незалежно від того – виконані попередні чи ні. Тому служба, окрім оперативного планування, здійснює постійний контроль за ходом виробництва продукції, щоб узгоджувати планування виконання нових замовлень із незавершеним виробництвом.

Саме така система оперативного планування на основі коригування планових завдань забезпечує швидку реакцію менеджерів на зміну потреб у продукції підприємства та необхідність адаптації виробничо-комерційної діяльності для її задоволення.



Питання для самоконтролю знань:

1. Розкрийте сутність планування та визначте його функції.
2. Охарактеризуйте принципи планування.
3. Які методи розрахунку планових показників Ви знаєте?
4. Дайте характеристику системи планів підприємства.
5. Назвіть основні етапи процесу планування на підприємстві.
6. Що Ви розумієте під місією підприємства?

7. Охарактеризуйте цілі діяльності підприємства та вимоги до їх формування.

8. Що Ви розумієте під стратегією підприємства? Охарактеризуйте основні рівні стратегії підприємства.

9. Дайте характеристику основним етапам розробки стратегії.

10. Розкрийте зміст та етапи тактичного планування діяльності підприємства.

11. Розкрийте порядок розроблення оперативного плану діяльності підприємства.

ТЕМА 3 ЕКОНОМІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА



Питання для теоретичної підготовки:

1. Поняття та класифікація продукції (робіт, послуг).
2. Вартісні і натуральні вимірники обсягу продукції.
3. Сутність та елементний склад товарної політики підприємства.



Ключові поняття:

продукція, виконана робота, послуга, номенклатура продукції, асортимент, незавершене виробництво, напівфабрикати, готова продукція, валова продукція, товарна продукція, реалізована продукція, чиста продукція, життєвий цикл товару, товарна політика, товарні стратегії, асортиментна політика, брендинг, неймінг, торгова марка

Розкриття змісту ключових питань теми

3.1 Поняття та класифікація продукції (робіт, послуг)

Продукція – результат людської праці, господарської діяльності у матеріально-речовій чи інформаційній формі, найчастіше у предметному вигляді, що кількісно вимірюється в натуральному і грошовому обчисленні. За умов товарного виробництва продукція, частіше за все, виготовляється на ринок, тобто стає товаром.

Товар – це продукт праці, призначений для продажу, що задовольняє певні потреби споживачів (населення, підприємства).

Виконані роботи – результат праці людини з виконання певного кола завдань або доручень окремим виконавцем або колективом. Розрізняють будівельно-монтажні, пусконаладжувальні роботи, роботи з перевезення пасажирів та вантажів та таке інше.

Послуги – продукт праці, виражений у вигляді споживної вартості, корисного ефекту, що задовольняє які-небудь людські потреби незалежно від їх природи. (побутове, комунальне, транспортне, банківське обслуговування, надання консультацій, інформації тощо).

Отже, проміжним результативним показником діяльності підприємств за визначений період (з оглядом на галузеву належність) є обсяг виготовленої продукції, виконаних робіт, наданих послуг або проданих товарів.

Традиційно товари поділяють на дві великі групи:

I. **Споживчі товари та послуги** - це товари, призначені для кінцевого споживача (особистого, сімейного або домашнього використання).

II. **Товари та послуги виробничого призначення:** – це товари, які купуються організаціями та приватними особами для подальшої переробки або перепродажу.

Класифікація споживчих товарів:

1. **За терміном використання:**

– **товари тривалого користування** – використовуються багаторазово (автомобілі, холодильники);

– **товари короткострокового користування** - використовуються кілька разів (одяг, взуття);

– **товари одноразового користування** - використовуються один раз (їжа, предмети гігієни).

За характером споживання та рівнем ціни:

– **товари повсякденного попиту** – це товари, які купують часто, без особливих роздумів та з мінімальними зусиллями щодо порівняння їх між собою. (хліб, молоко, медикаменти і т. д.);

– **товари попереднього вибору** – це товари, які покупець ретельно вибирає, порівнює між собою за показниками якості, ціни, зовнішнього оформлення (одяг, взуття, посуд);

– **товари особливого попиту** – престижні дорогі товари, до придбання яких покупці ладні докласти додаткових зусиль (автомобілі, відеоапаратура, предмети антикваріату);

– **товари пасивного попиту** – це товари, про які покупець нічого не знає, а якщо щось і знає, то, як звичайно, не думає про їх придбання (наприклад, страхові послуги, для реалізації яких потрібні значні зусилля з боку продавців, а також товарні новинки).

Класифікація споживчих послуг:

1. **Побутові:**

– харчування – їдальня, кафе, ресторан;

- житло – будівництво , ремонт;
- обслуговування – прання, прибирання, хімчистка, ремонт;
- відпочинок – кіно, театр, дискотеки, музеї.

2. Ділові:

- технічні – налагодження, обслуговування, та ремонт обладнання;
- інтелектуальні – правові, бухгалтерські, рекламні, маркетингові, управлінські;
- фінансові – розрахунково-касове обслуговування, кредитування, страхування.

3. Соціальні:

- освіта;
- охорона здоров'я;
- охорона.

Класифікація товарів промислового призначення:

1. За роллю у виробництві:

– **капітальне майно** використовують у процесі виробництва як засоби праці (будівлі і споруди; основне обладнання; допоміжне обладнання);

– **сировину й матеріали** використовують у процесі виробництва як предмети праці (природна і сільськогосподарська сировина; основні матеріали; допоміжні; комплектувальні вироби, які входять у кінцевий продукт як його складові);

– **ділові послуги**, (послуги з технічного обслуговування і ремонту; послуги консультативного характеру (консультації з питань права, аудиторські послуги, маркетингові дослідження тощо)).

2. За ступенем обробки:

– **незавершене виробництво** – це продукція, яка не пройшла всіх стадій обробки і встановлених випробувань на даному підприємстві, не укомплектована, а також не прийнята замовником;

– **напівфабрикати** – це продукти, які отримані в окремих цехах, переділах, що не пройшли всіх встановлених технологічним процесом операцій і підлягають доробки у наступних цехах, переділах, комплектуванню у виробках, на певному етапі може розглядатися як готова продукція і бути реалізована на сторону;

– **готова продукція** – це продукція яка пройшла всі стадії технологічного процесу, прийнята відділом технічного контролю і може бути призначена до продажу.

3. За способом виготовлення:

– **стандартні товари** (конвеєрного виготовлення);

– **унікальні товари** (окремі товари з неповторними властивостями та параметрами).

4. За рівнем ринкової новизни:

- *традиційні товари;*
- *модифіковані товари;*
- *товари новинки.*

3.2 Вартісні і натуральні вимірники обсягу продукції

Для постійного і повного задоволення потреб ринку планування та облік товарів здійснюють у натуральних (фізичних) і вартісних (грошових) вимірниках.

Ступінь задоволення потреб ринку можна охарактеризувати виходячи насамперед з показників обсягу товарів певної номенклатури й асортименту в натуральному вигляді.

Номенклатура продукції – систематизований перелік усіх асортиментних груп і товарних одиниць, що виготовляються товаровиробником.

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

Основні показники номенклатури продукції окремого підприємства:

- **широта** – кількість товарних ліній (товарних асортиментів) або видів продукції, які пропонуються підприємством;
- **глибина** – кількість варіантів товару кожного товарного асортименту (товарної лінії), тобто різні моделі, марки, кольори та ін.;
- **насиченість** – загальна кількість товарів підприємства;
- **гармонійність** – ступінь подібності товарів різних асортиментних груп за призначенням, технологією, каналами розподілу тощо.

Показники, які характеризують обсяг випущеної продукції за певний період, в залежності від **вимірників** розподіляються на:

Натуральні – конкретні фізичні одиниці (штуки, тонни, метри, метри квадратні, кубічні тощо);

Умовно-натуральні застосовується на підприємствах, які випускають один вид продукції, але такий що різниться за сортністю, якістю, розфасовкою (умовні банки консервів, декалітри напоїв, тонни умовного наливу і таке інше).

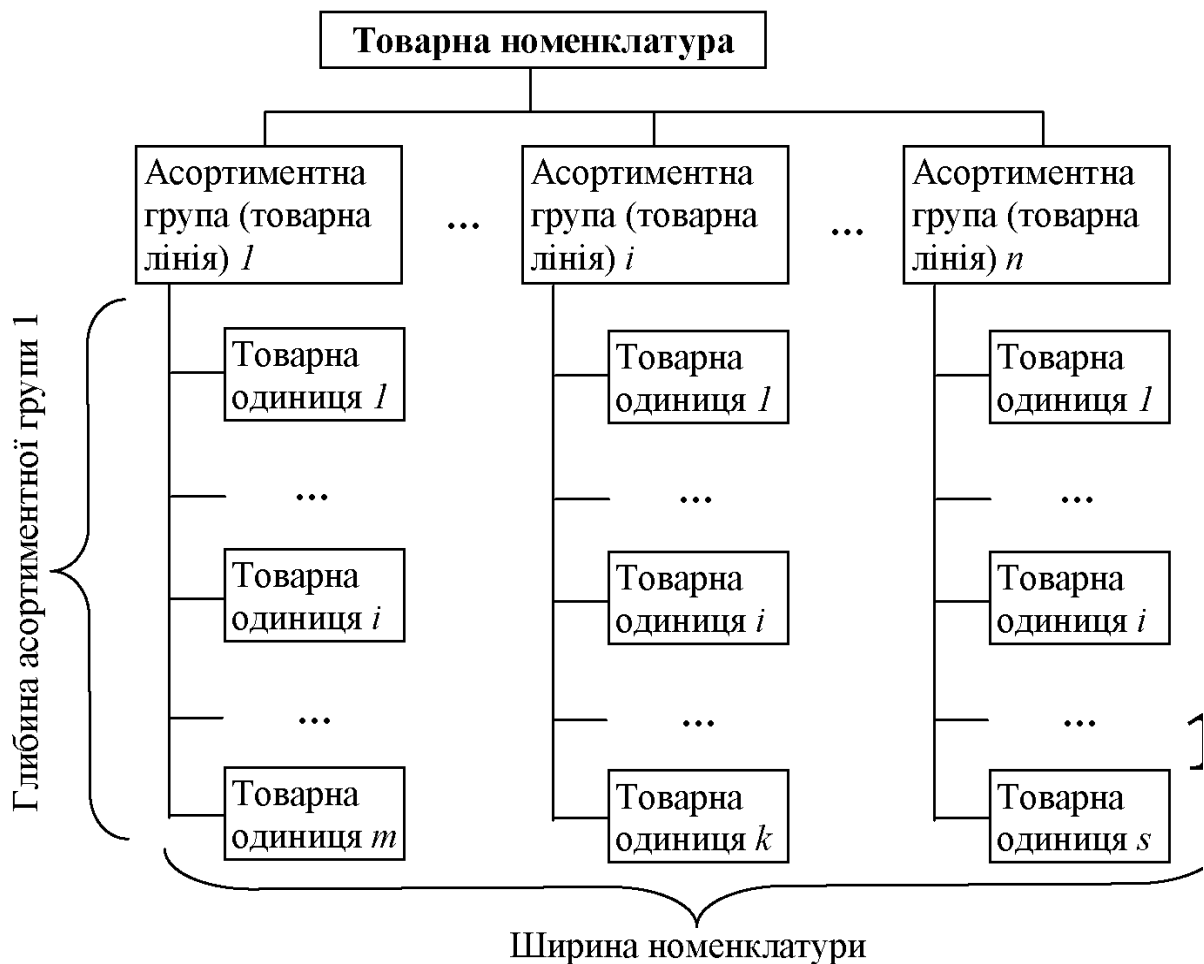


Рисунок 3.1 – Структура номенклатури і її основні характеристики

Подвійні натуральні – виробництво сталевих труб може вимірюватись тоннами і метрами, тканини – погонних і квадратних метрів, паперу – у тоннах і квадратних метрах тощо.

Трудові – за нормами трудових витрат у нормо-годинах (обсяг робіт у натуральних показниках множать на відповідні норми часу);

Вартісні – у грошових одиницях.

Обсяг продукції у вартісному виразі визначається показниками *товарної, валової, реалізованої, чистої продукції*.

Товарна продукція – це вартість готової продукції, напівфабрикатів вироблених в даному періоді, призначених для реалізації на сторону (іншим підприємствам), а також робіт та послуг промислового характеру, виконаних для інших підприємств.

До товарної продукції не включається вартість **внутрішньозаводського обороту (ВЗО)**, тобто тієї частини готових виробів і напівфабрикатів, яка використовується для подальшої промислової переробки в межах одного підприємства.

Вартість товарної продукції (*ТП*) визначається за формулою:

$$ТП = \sum_{i=1}^n N_i \times Ц_i, \quad (3.1)$$

де N_i – випуск продукції i -го виду у натуральних одиницях;

$Ц_i$ – гуртова (оптова) ціна підприємства одиниці виробу i -го виду (за вирахуванням податку на додану вартість, акцизу та інших непрямих податків), грн.;

n – кількість видів продукції, що виготовляється на підприємстві.

Валова продукція (*ВП*) – характеризує загальний обсяг виробництва, тобто обсяг виготовленої продукції, робіт, послуг, виконаних на підприємстві за певний (плановий) період у незмінних (порівняльних) цінах:

$$ВП = ТП + \Delta НЗВ, \quad (3.2)$$

де $\Delta НЗВ$ – зміна залишків незавершеного виробництва.

або:

$$ВП = ВО - ВЗО \quad (3.3)$$

де *ВО* – **валовий оборот підприємства** (обсяг валової продукції незалежно від того, де вона буде використана: чи в межах підприємства чи поза них).

Реалізована продукція (*РП*) – це частина товарної продукції, яка відвантажена споживачеві і за яку надійшли кошти на поточний рахунок підприємства – постачальника або мають надійти у зазначений термін.

$$РП = ТП + Зтп_{поч} - Зтп_{кін} \quad (3.4)$$

де $Зтп_{поч}$, $Зтп_{кін}$ – залишки нереалізованої продукції на початок та на кінець розрахункового періоду, відповідно, грн.

Чиста продукція (*ЧП*) – це додаткова вартість, створена на даному підприємстві за певний (плановий) період:

$$ЧП = ТП - МВ - А, \quad (3.5)$$

де *МВ* – матеріальні витрати;

А – амортизація основних засобів.

3.3 Сутність та елементний склад товарної політики підприємства

Товарна політика – це комплекс заходів, які націлюють виробничо-комерційну діяльність підприємства на підвищення конкурентоспроможності продукції (послуг) та формування раціонального товарного портфеля для задоволення потреб споживачів і одержання прибутку.

Прийняття відповідальних господарських рішень потребує ретельного вивчення всього комплексу питань, які формують товарну політику. Необхідно вирішити зокрема такі проблеми:

1) оптимізація асортименту (номенклатури) продукції, що виробляється, з урахуванням її споживацьких характеристик і особливостей технології виробництва;

2) темпи оновлення продукції в цілому та за окремими її видами з урахуванням стадій життєвого циклу;

3) співвідношення нових та «старих» товарів у виробничій програмі, а також нових та освоєних ринків збуту;

4) вихід на ринок із принципово новими видами продукції;

5) вибір часу виходу на ринок із новим товаром та зняття з виробничої програми малоефективних товарів.

Товарна політика включає в себе асортиментну політику, брендинг, а також передбачає використання товарних стратегій.

Товарні стратегії – напрями товарної політики, притримуючись яких підприємство може забезпечити стабільний обсяг продажу і прибуток на всіх стадіях життєвого циклу продукції.

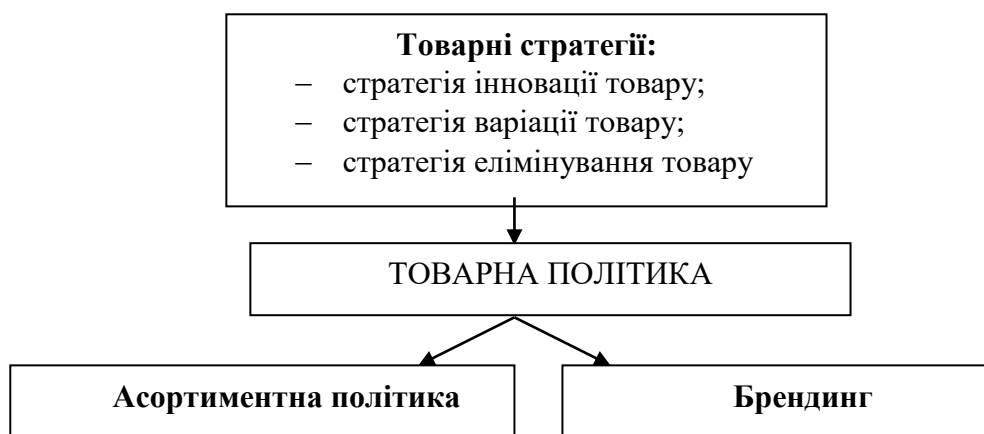


Рисунок 3.2 – Зміст товарної політики підприємства

Зазвичай до товарних стратегій належать:

1. **Стратегія інновації товару чи послуги** – стратегія виведення нових продуктів на ринок. Стратегія інновації може здійснюватися через:

– *диференціацію товару*, тобто модифікацію наявного продукту, яка призводить до появи паралельно зі старим нового виробу, що відрізняється від товару конкурентів;

– *диверсифікацію товару* – стратегію, пов'язану з виробництвом нових для фірми товарів.

2. **Стратегія варіації товару чи послуги** – заходи, спрямовані на модифікацію товару, який уже виготовляється і перебуває на ринку, шляхом зміни його окремих властивостей або показників якості.

3. **Стратегія елімінування товару чи послуги** – стратегія вилучення товару з виробничої програми підприємства.

Асортиментна політика – формування асортименту продукції залежно від потреб ринку, фінансового стану підприємства та його місії і стратегічних цілей. Зазвичай асортиментна політика має довгострокові цілі.

Формування асортименту – це процес добору груп, видів і різновидів товарів.

Рішення про формування товарного асортименту ухвалюються, виходячи з ситуації, що склалася на ринку, загальноекономічної і маркетингової стратегії підприємства, його ресурсних можливостей.

Основні етапи формування асортименту:

1. Визначення потреб споживачів.
2. Оцінка товарів конкурентів.
3. Оцінка торговельного асортименту.
4. Рішення щодо товарів, які потрібно включити або виключити з асортименту.
5. Розгляд питання про введення на ринок оновлених та удосконалених товарів.
6. Розробка специфікацій нових чи удосконалених товарів.
7. Вивчення можливостей виробництва нових та удосконалених товарів.
8. Тестування товарів.
9. Розробка рекомендацій щодо підвищення якості, зміни фасону, упаковки, сервісу.
10. Управління асортиментом.

Брендинг – це процес створення бренду і управління ним.

Бренд (brand) – це:

- найцінніший нематеріальний актив компанії: її назва, логотип, символ, слоган, мелодія, люди в її рекламі;
- образ у свідомості споживача;
- механізм диференціювання товару;
- індивідуальність;
- правовий інструмент;
- система комунікації із споживачами.

Використання брендів дає переваги виробникам, споживачам й суспільству в цілому.



Питання для самоконтролю знань:

1. Розкрийте сутність та різновиди товару.
2. Продукція, робота, послуга та їх порівняльна характеристика.
3. Поясніть сутність та охарактеризуйте основні характеристики товарного асортименту.
4. Визначте відмінності між поняттями «асортимент» та «номенклатура».
5. В яких одиницях виміру ведеться облік і аналіз виробництва продукції?
6. Як визначається валова, товарна, реалізована та чиста продукція підприємства?
7. Визначте сутність та охарактеризуйте складові товарної політики підприємства.
8. Що Ви розумієте під товарною стратегією? Охарактеризуйте основні види товарних стратегій.
9. Що Ви розумієте під асортиментною політикою? Визначте основні етапи формування асортименту.
10. Що Ви розумієте під брендом?
11. Які переваги надає виробникам та споживачам використання брендів?

ТЕМА 4 ВИРОБНИЧА ПРОГРАМА ПІДПРИЄМСТВА



Питання для теоретичної підготовки:

1. Зміст і завдання виробничої програми підприємства.
2. Інформаційне обґрунтування виробничої програми.
3. Порядок розроблення виробничої програми підприємства.
4. Обґрунтування виробничої програми ресурсами і виробничими потужностями.



**Ключові
поняття:**

виробнича програма, натуральні показники виробничої програми, вартісні показники виробничої програми, крива виробничих можливостей, коефіцієнт напруженості виробничої програми, коефіцієнт асортиментності, коефіцієнт ритмічності виробництва

Розкриття змісту ключових питань теми

4.1 Зміст і завдання виробничої програми підприємства

Виробнича програма підприємства – це сукупність завдань щодо обсягу виробництва продукції визначеної номенклатури й асортименту, також

належної якості яка має бути виготовлена в плановому періоді.

Виробнича програма є надзвичайно важливим розділом плану роботи підприємства і його виробничих підрозділів, оскільки вона виражає зміст їх основної діяльності та засоби досягнення стратегічної мети.

У поточному плані виробництва програма є головним розділом, на основі якого проводять планування багатьох розділів, в яких розраховують потреби в матеріально-технічних, трудових, енергетичних ресурсах, собівартість, прибуток та інші фінансові показники.

Зазвичай, **виробнича програма містить три складові:**

– *план виробництва продукції в натуральному виразі* – встановлюється обсяг випуску продукції відповідної якості за номенклатурою й асортиментом у фізичних одиницях вимірювання (т, м, шт.);

– *план виробництва продукції у вартісному виразі* в показниках валової, товарної, чистої і реалізованої продукції;

– *план реалізації продукції в натуральному і вартісному виразі*. Він складається, виходячи з укладених договорів на постачання продукції, а також напівфабрикатів, вузлів і деталей за договорами кооперації з іншими підприємствами, а також власної оцінки місткості ринку.

Виробнича програма включає такі основні розділи (субплани):

1. План з виробництва товарної (валової) продукції включає формування показників обсягу випуску товарної і валової продукції. Головним завданням при складанні плану виробництва є підтвердження розрахунками, що виробництво спроможне реально випускати необхідну кількість товарів у потрібні терміни і з необхідною якістю. У плані зазначається склад устаткування, постачальники сировини, матеріалів, комплектуючих виробів, умови постачання за ціною, кількістю і якістю.

2. План випуску продукції на експорт містить показники обсягів випуску продукції підприємства, що відповідає вимогам її постачань на експорт на умовах конкретних угод і договорів.

3. План з підвищення якості продукції включає показники оновлення асортименту і споживчих властивостей продукції, обумовлені вимогами міжнародних і вітчизняних стандартів якості, нововведеннями і динамікою розвитку виробництва.

4. План з реалізації продукції містить показники обсягів реалізації продукції підприємства конкретним покупцям, виявленим у процесі маркетингового дослідження ринку.

Ключовими завданнями розроблення виробничої програми є:

– своєчасне й якісне виконання зобов'язань, що виникають з укладених раніше договорів поставок;

- постійне підвищення якості, надійності, поліпшення дизайну виробу післяпродажного обслуговування і сервісу з метою досягнення конкурентних переваг та збереження існуючих споживачів;
- забезпечення високих і стійких темпів зростання випуску продукції як у вартісних, так і в натуральних показниках з метою збільшення рівня прибутковості діяльності фірми;
- найповніше використання виробничих потужностей та ресурсного потенціалу підприємства;
- формування номенклатури та асортименту виробів відповідно до стадій їх життєвого циклу;
- забезпечення гнучкості та багатоваріантності виробничої програми, тобто можливості коригування плану виробництва відповідно до змін внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства та обрання оптимальних виробничих рішень.

4.2 Інформаційне обґрунтування виробничої програми

Підприємства промисловості формують виробничу програму самостійно на основі:

- виявленого в процесі вивчення ринку споживчого попиту;
- портфеля замовлень на продукцію і послуги;
- державних замовлень;
- державних контрактів ;
- власних потреб;
- прогнозу можливостей укладення нових угод та обсягу збуту;
- розрахунку виробничої потужності підприємства та прогнозу зростання ступеня її використання;
- даних про рівень забезпеченості потреб підприємства в основних ресурсах;
- показників обсягів і вартості аналогічної продукції підприємств-конкурентів;
- прогнозу собівартості та її відповідності ринковим цінам.

Отже, при формуванні економічно обґрунтованої виробничої програми підприємству слід керуватися як результатами маркетингового дослідження ринку, так і результатами проведеної діагностики власних виробничих можливостей (техніко-технологічних, кадрових, фінансових, інноваційних, управлінсько-організаційних), щодо виготовлення запланованого обсягу продукції (рис. 4.1).

Результатом порівняння зовнішніх та внутрішніх можливостей підприємства є формування перспективного товарного асортименту, при цьому необхідно врахувати побажання споживачів та розробити відповідні рекомендації щодо покращення якості та підвищення конкурентоспроможності продукції науково-конструкторським та виробничо-технологічним підрозділам підприємства.

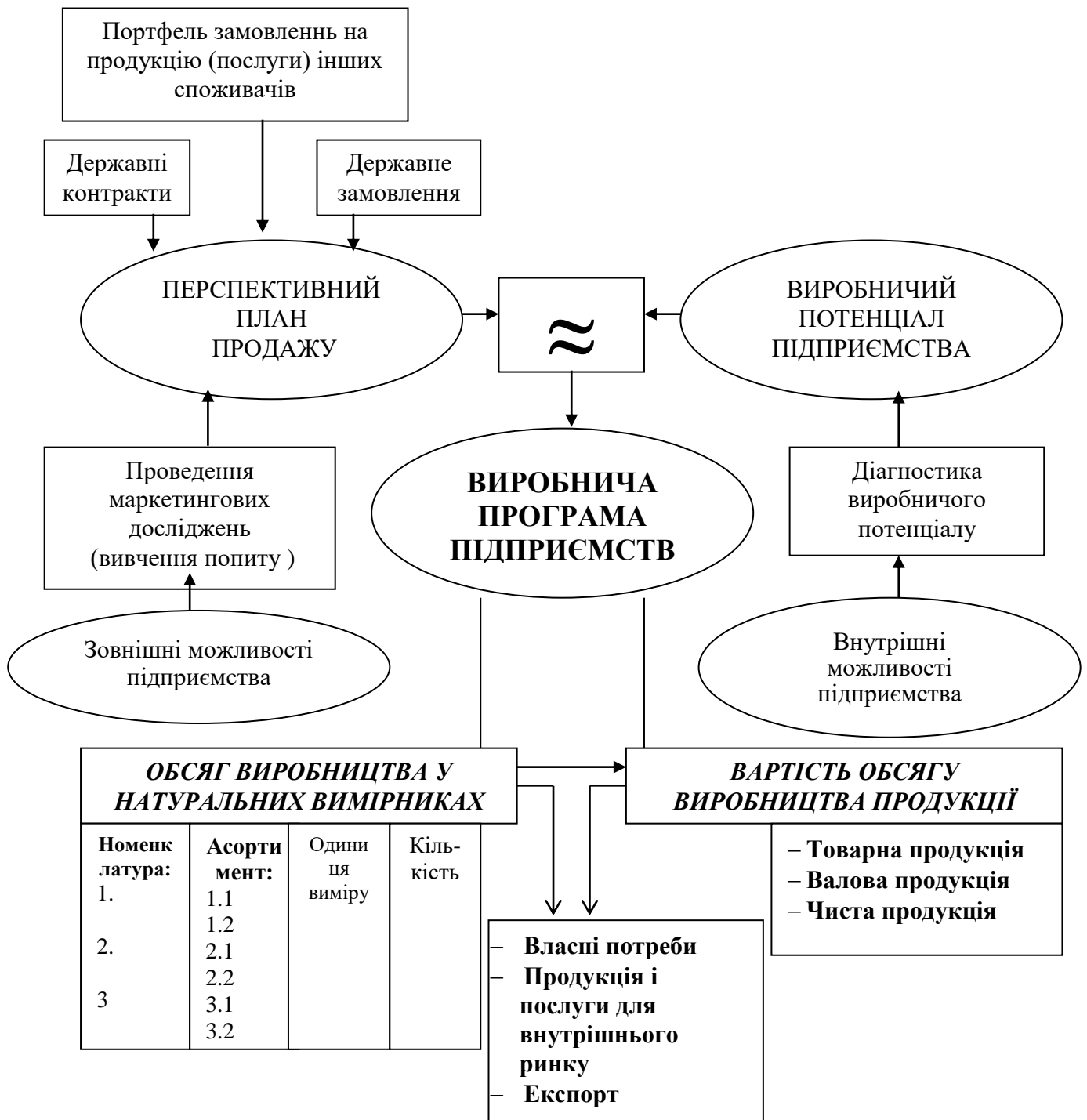


Рисунок 4.1 – Схема формування виробничої програми

4.3 Порядок розроблення виробничої програми підприємства

При формуванні виробничої програми необхідно орієнтуватися на потенційні і фактичні можливості підприємства щодо виробництва продукції. Формування розділів виробничої програми здійснюється із застосуванням *балансового методу*, що дає змогу приводити у відповідність обсяги запланованих робіт і потреби на них, а також здійснювати розрахунки забезпеченості виробничої програми виробничими потужностями, матеріальними, паливно-енергетичними і трудовими ресурсами.

Розроблення виробничої програми здійснюється на більшості промислових підприємств *у три етапи*:

- 1) складання річного виробничого плану для всього підприємства;
- 2) визначення або уточнення на основі виробничої програми пріоритетних цілей на плановий період;
- 3) розподіл річного плану виробництва за окремими структурними підрозділами підприємства або виконавцями.

У спрощеному вигляді результат підготовки виробничої програми виявляється у відповідях на ряд ключових запитань, а саме:

- які види продукції і в якій кількості виробляти?
- у які терміни повинна бути готова продукція для своєчасної відправки покупцеві?
- якої якості має бути продукція?
- скільки додатково підприємство може випустити продукції, якого виду і якості у разі виникнення термінових замовлень?
- яка нижня межа обсягу випуску продукції, за якої слід перейти в режим консервації виробництва або зупинити його для модернізації?
- які повинні бути обсяги споживаних ресурсів для виробництва продукції й альтернативні можливості щодо їх задоволення?

При формуванні виробничої програми необхідно враховувати низку важливих аспектів:

- основні положення річної виробничої програми базуються на перспективному плані виробництва продукції, розробленому відповідно до місії, цілей і стратегії розвитку підприємства;
- у рамках прийнятої стратегії слід уточнити галузеву спеціалізацію підприємства щодо виробництва певних видів продукції та послуг;
- на основі проведених маркетингових досліджень доцільно уточнити інформацію про основні ринки збуту і цільових споживачів продукції або послуг підприємства;

– номенклатуру та обсяг випуску продукції в натуральному і вартісному виразі на плановий період (місяць, квартал, рік) слід визначати з урахуванням таких чинників:

– максимально можливого обсягу випуску продукції;

– максимально допустимих витрат на виготовлення виробів;

– наявності платоспроможного попиту споживачів на кожну позицію номенклатури (асортименту);

– уточнити потребу в продукції підприємства на плановий період з урахуванням контрактів, що є у компанії, прямих зв'язків і попередніх угод із споживачами, а також обсяги держзамовлення тощо;

– на підставі потреби по кожній позиції прийнятої до виробництва номенклатури потрібно скласти попередній план виробництва і план збуту (реалізації) виробів у натуральному (кількісному) і вартісному виразі для формування первинного варіанта виробничої програми;

– на підставі запланованої виручки від реалізації продукції потрібно уточнити, наскільки оптимальним є розрахунковий обсяг виробництва.

4.5 Обґрунтування виробничої програми ресурсами і виробничими потужностями

Запроектовану й відображену в плані підприємства виробничу програму треба економічно обґрунтувати, тобто узгодити з необхідними виробничими потужностями цього підприємства, трудовими, матеріальними та інвестиційними ресурсами.

Важливим чинником виробничих можливостей підприємства є виробнича потужність. Вона визначає рівень виробництва продукції та послуг та верхню межу продажу продукції. Верхня межа зумовлена наявністю виробничих площ, технологічного устаткування, трудових ресурсів, матеріалів і капіталу.

На етапі планування виробничої програми й особливо її структури, необхідно виходити з того, що можливий випуск продукції за повного й ефективного використання ресурсів при даному розвитку технології характеризує крива виробничих можливостей, на якій зображено альтернативні варіанти структурної програми за повного використання ресурсів.

Наприклад, у виготовленні двох різних виробів можливі такі співвідношення (табл. 4.1).

Таблиця 4.1 – Таблиця виробничих можливостей

Можливості	Виріб 1 (шт.)	Виріб 2 (шт.)
А	5	0
Б	4	2
В	2	5
Г	0	6

З таблиці видно, що збільшення виготовлення виробу 2 зменшує виготовлення виробу 1 і навпаки.

Наведемо умовний приклад формування виробничої програми підприємства з урахуванням виробничих можливостей. Підприємство великосерійного типу виготовляє два види виробів: C_1 і C_2 . Ціна C_1 становить 1,2 тис. грн, а C_2 – 1 тис. грн. Прибуток на одиницю: C_1 – 0,24 тис. грн, C_2 – 0,15 тис. грн. Розрахунки наведено в таблиці 4.2.

Таблиця 4.2 – Альтернативні варіанти

Варіанти виробничих можливостей	Виробнича програма, шт.		Обсяг реалізації, тис. грн		Прибуток, тис. грн		Усього за варіантами	
	C_1	C_2	C_1	C_2	C_1	C_2	Обсяг реалізації	Прибуток
А	10	2	12,0	2,0	2,4	0,48	14	2,88
Б	8	4	8,6	4,0	1,92	0,6	12,6	2,52
В	6	6	7,2	6,0	1,44	0,9	13,2	2,34
Г	4	8	4,8	8,0	0,96	1,2	12,8	2,16

Усі варіанти виробничої програми сформовані з урахуванням ресурсних можливостей підприємства. Вибір варіанта залежить від обсягу замовлень споживачів на вироби C_1 і C_2 . Для підприємства вигідніший варіант А виробничих можливостей. Виробнича програма підприємства, яка сформована за варіантом А, забезпечує більший обсяг реалізації та суму прибутку за повного використання ресурсів.

Виявлення реальної можливості виконання плану виробництва продукції полягє передовсім у визначенні максимального обсягу випуску виробів, який може забезпечити виробнича потужність підприємства. Якщо наявної потужності підприємства недостатньо – необхідно передбачити заходи щодо її збільшення в плановому періоді.

За вихідні дані для цього беруть середньорічну виробничу потужність підприємства та коефіцієнт її використання.

Умовний приклад розрахунку можливого обсягу виробництва продукції з наявної потужності підприємства наведено в таблиці 4.3.

Таблиця 4.3 – Розрахунок можливого обсягу виробництва продукції з наявної потужності підприємства

1. Потужність на початок року	45 000
2. Приріст потужності за рахунок організаційно-технічних заходів	
3. Вибуття потужності	3 600
4. Середньорічна потужність [п.1 + (п.2–п.3) × 0,45*]	1 200
5. Коефіцієнт використання потужності	46 080
6. Обсяг виробництва продукції (п.4 × п.5)	0,94
	43 315

* 0,45 – коефіцієнт для перерахунку абсолютного введення в дію потужностей у середню величину(емпірично розрахункова величина цього коефіцієнта визначена в межах 0,4–0,5).



Питання для самоконтролю знань:

1. Розкрийте сутність виробничої програми та її призначення.
2. Охарактеризуйте складові виробничої програми.
3. Визначте ключові завдання та інформаційне забезпечення процесу розроблення виробничої програми.
4. Охарактеризуйте технологію формування виробничої програми.

ТЕМА 5 ВИРОБНИЧА ПОТУЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА



Питання для теоретичної підготовки:

1. Виробнича потужність підприємства: сутність, види.
2. Інформаційна база для розрахунку виробничої потужності підприємства.
3. Методичні принципи розрахунку виробничої потужності підприємства.
4. Показники використання виробничої потужності підприємства.
5. Фактори зростання виробничої потужності підприємства.



Ключові поняття:

виробнича потужність, пропускна спроможність, календарний фонд часу, режимний фонд часу, ефективний фонд часу, вхідна виробнича потужність, вихідна виробнича потужність, середньорічна виробнича потужність, баланс виробничої потужності, коефіцієнт екстенсивного завантаження ВП, коефіцієнт інтенсивного завантаження ВП, коефіцієнт інтегрального завантаження ВП, коефіцієнт змінності

5.1 Виробнича потужність підприємства: сутність, види

Виробнича потужність – це максимально можливий річний (добовий) випуск продукції підприємством за певний період встановленої номенклатури, асортименту і рівня якості при максимальному завантаженні наявного виробничого обладнання і найкращому використанні всіх наявних ресурсів підприємства.

Виробничу потужність визначають різними вимірниками – найчастіше натуральними, умовно-натуральними, у багатомономенклатурних виробництвах – вартісним показником. Але загальний підхід такий: виробничу потужність визначають в тих показниках, в яких планується та здійснюється облік продукції, що виготовляється.

Різниця між виробничою потужністю й виробничою програмою (обсягом виробництва) є резервом підприємства, тобто виробнича програма показує ступінь використання виробничої потужності.

Разом з терміном «виробнича потужність» використовується термін **«пропускна спроможність»**, яка характеризує максимальний випуск продукції певним устаткуванням, верстатом, агрегатом, потоковою лінією, групою верстатів. Пропускна спроможність устаткування розраховується за квартал, добу, зміну та годину, а виробнича потужність структурних одиниць виробництва – за рік (в деяких випадках – за квартал і місяць).

Розрізняють такі види потужності підприємства (динамічні показники виробничої потужності):

– **проектна** – визначається у процесі проектування, реконструкції діючого або будівництва нового підприємства. Вона вважається оптимальною. Проектна потужність має бути досягнута протягом нормативного терміну її освоєння;

– **поточна** – це фактично досягнута виробнича потужність (при обчислюванні якої враховують обладнання, що діє; що знаходиться в ремонті; що не діє за режимом відключення);

– **резервна** – частина виробничої потужності, яка формується для покриття «пікових» навантажень у деяких галузях (наприклад, електроенергетика, газова промисловість, транспорт).

При визначенні фактично досягнутої (поточної) виробничої потужності обчислюють:

– *вхідну виробничу потужність* – на початок року ($ВП_{п.р.}$)

$$ВП_{п.р.} = ВП_{к.п.р.}, \quad (5.1)$$

де $ВП_{к.п.р.}$ – виробнича потужність на кінець попереднього року.

– *вихідну виробничу потужність* – на кінець року ($ВП_{к.р.}$)

$$ВП_{к.р.} = ВП_{п.р.} + ВП_{н.} - ВП_{в.}, \quad (5.2)$$

де $ВП_{н.}$ – виробнича потужність, що надійшла за рік;

$ВП_{в.}$ – виробнича потужність, що вибула за рік.

– *середньорічну виробничу потужність* ($ВП_{с.р.}$)

$$ВП_{с.р.} = ВП_{п.р.} + \sum ВП_{н.} \times M/12 - \sum ВП_{в.} \times (12-M)/12, \quad (5.3)$$

де M – кількість місяців функціонування виробничої потужності на рік.

5.2 Інформаційна база для розрахунку виробничої потужності підприємства

Для розрахунку виробничої потужності підприємства використовуються показники, подані на (рис. 5.1).

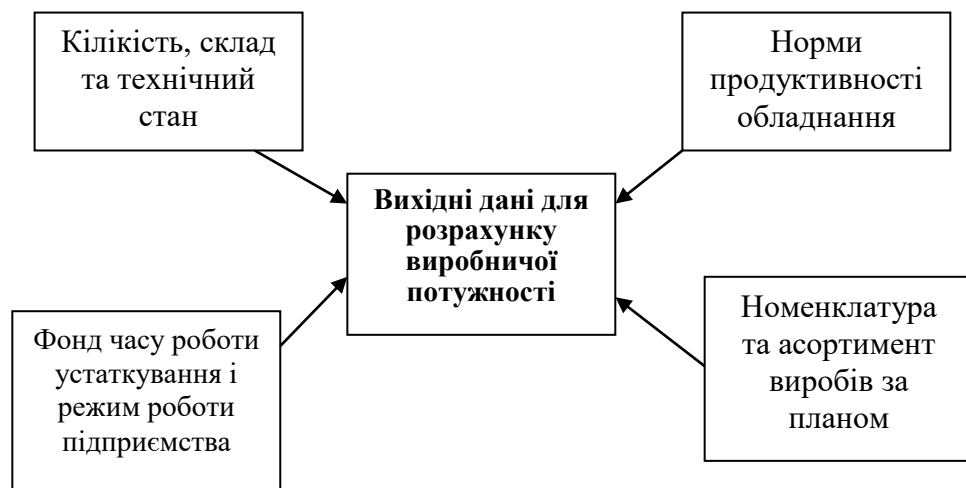


Рисунок 5.1 – Показники для розрахунку потужності

1. *Кількість, склад і технічний стан устаткування та дані про виробничі площі.* В розрахунок виробничої потужності підприємства включається все наявне устаткування основного виробництва (зокрема, недіюче

через ремонт, несправність і модернізацію), за винятком (у межах нормативу) резервного устаткування та обладнання дослідно-експериментальних і спеціалізованих ділянок для професійно-технічного навчання.

2. Технічні норми продуктивності устаткування і трудомісткості продукції, яка випускається.

Розрізняють такі норми продуктивності устаткування: паспортні, технічно-обґрунтовані, планові, фактичні.

Під час розрахунку виробничої потужності новозбудованих підприємств приймаються паспортні норми продуктивності устаткування, а для підприємств, які діють, – технічно обґрунтовані показники продуктивності устаткування, але не нижчі за паспортну продуктивність.

3. Фонд часу роботи устаткування та режим роботи підприємства.

Розрізняють три основних види цього фонду: календарний, режимний, ефективний. Вибір конкретного виду фонду робочого часу залежить від особливостей виробничого процесу.

Календарний фонд часу розраховується як добуток кількості календарних днів у році на 24 години, тобто: $F_{\text{кал}} = 24 \times 365 = 8\,760$ год.

Режимний (номінальний) фонд часу – визначається як добуток кількості робочих днів у розрахунковому періоді на кількість робочих годин на добу відповідно прийнятому режиму роботи, з якого вираховується кількість неробочих годин скороченого робочого часу у передсвяткові дні:

$$F_{\text{реж}} = [(F_{\text{кал}} - D_{\text{в}} - D_{\text{с}}) \times q - t_{\text{н}} \times D_{\text{п}}] \times s \quad (5.4)$$

де $D_{\text{в}}$, $D_{\text{с}}$ – кількість вихідних і святкових днів;

q – тривалість робочої зміни, год;

$t_{\text{н}}$ – кількість неробочих годин в передсвяткові дні;

$D_{\text{п}}$ – кількість передсвяткових днів;

s – кількість змін роботи.

Ефективний (дійсний, плановий) фонд часу – роботи одиниці обладнання дорівнює максимально можливому при заданому режимі змінності, за вирахуванням часу на виконання регламентованих ремонтних операцій та міжремонтного обслуговування:

$$F_{\text{еф}} = F_{\text{реж}}(1 - \alpha) \quad (5.5)$$

де α – процент втрат робочого часу на плановий ремонт.

З наведених видів фонду робочого часу на більшості підприємств найчастіше використовують ефективний фонд, так як він найбільш повно враховує продуктивний час роботи обладнання у робочий час і виробнича потужність, що розраховується на його базі є найбільш достовірною.

4. **Номенклатура виробів, які випускаються, та їх кількісне співвідношення в програмі.** Розрізняють такі види номенклатури продукції: планова, фактична, оптимальна.

При визначенні виробничої потужності підприємства приймаються планова номенклатура та асортимент (трудомісткість) продукції, яка випускається. У слабо механізованих та інших цехах різних промислових комплексів часто найважливішим фактором, який визначає величину виробничої потужності, є розмір виробничої площі.

5.3 Методичні принципи розрахунку виробничої потужності підприємства

1. *Виробничу потужність підприємства визначають за всією номенклатурою профільної продукції.*

При цьому проводять можливе звуження номенклатури, об'єднуючи окремі вироби в групи за конструктивно-технологічною єдністю з визначенням для кожної з них базового представника. Решту виробів даної групи приводять до характеристик цього представника за допомогою розрахункового коефіцієнта трудомісткості.

2. *Виробничу потужність підприємства визначають, виходячи з потужності провідних підрозділів (цехів, дільниць, агрегатів).*

Провідними є ті **підрозділи**, які виконують головні технологічні операції та мають вирішальне значення у виробництві профільних видів продукції (або виконують найбільший за трудомісткістю обсяг робіт).

3. *В розрахунок виробничої потужності підприємства включається все наявне устаткування основного виробництва:*

а) усе діюче і недіюче внаслідок несправності, ремонту та модернізації устаткування основних виробничих цехів;

б) устаткування, що знаходиться на складі і має бути введено в експлуатацію в основних цехах протягом розрахункового періоду;

в) понаднормативне резервне устаткування;

г) понаднормативне устаткування допоміжних цехів, якщо воно аналогічне технологічному устаткуванню основних цехів.

4. *Виробничу потужність підприємства треба обчислювати за технічними або проектними нормами продуктивності устаткування, використання виробничих площ і трудомісткості виробів, нормами виходу продукції з урахуванням застосування прогресивної технології та досконалої організації виробництва.*

5. *Для розрахунків виробничої потужності підприємства береться максимально можливий річний фонд часу (кількість годин) роботи устаткування.*

На підприємствах з безперервним процесом виробництва таким максимально можливим фондом часу роботи устаткування є календарний фонд (8760 годин на рік) за мінусом часу, необхідного для проведення ремонтів і технологічних зупинок устаткування.

6. *Визначають виробничу потужність провідного цеху, дільниці або групи технологічного устаткування з виготовлення однорідної продукції.*

Для цього застосовують одну з формул:

$$P_i = P_e \Phi_{\text{еф}} \times P_m \quad (5.6)$$

$$P_i = \Phi_{\text{еф}} \times \frac{P_m}{Tr_i}, \quad (5.7)$$

$$P_i = \frac{\Phi_{\text{еф}} * K_{\text{в.н}}}{t_i}. \quad (5.8)$$

де P_i – потужність i -го виробничого підрозділу підприємства;

P_e – продуктивність устаткування у відповідних одиницях вимірювання i -ї продукції за годину;

$\Phi_{\text{еф}}$ – ефективний річний фонд часу роботи одиниці устаткування (год);

P_m – середньорічна кількість устаткування;

Tr_i – трудомісткість виготовлення одиниці продукції з урахуванням коефіцієнта виконання норм;

t_i – норма часу (трудомісткість) на виготовлення одиниці продукції (год);

$K_{\text{в.н}}$ – коефіцієнт виконання норм часу.

7. *Розраховується також технологічна спроможність (потужність) решти виробничих ланок підприємства.* Такі розрахунки необхідні для виявлення невідповідності між потенційними можливостями з випуску продукції (надання послуг) окремих виробничих підрозділів і забезпечення узгодженої технологічної пропорційності між взаємозв'язаними виробничими ланками.

8. *Складається баланс виробничої потужності підприємства.*

Для цього використовується формула

$$ВП_{\text{вих}} = ВП_{\text{вх}} + ВП_{\text{отз}} + ВП_{\text{р}} \pm ВП_{\text{на}} - ВП_{\text{в}}, \quad (5.9)$$

де $ВП_{\text{вх}}$ – вхідна потужність підприємства;

$ВП_{\text{отз}}$ – збільшення потужності протягом розрахункового періоду внаслідок здійснення поточних організаційно-технічних заходів;

$ВП_{\text{р}}$ – нарощування виробничої потужності завдяки реконструкції або розширенню підприємства;

ВП_{на} – збільшення (+) або зменшення (–) виробничої потужності, спричинене змінами в номенклатурі та асортименті продукції, що виготовляється;

ВП_в – зменшення виробничої потужності внаслідок її вибуття, тобто виведення з експлуатації певної кількості фізично спрацьованого та технічно застарілого устаткування.

9. Установлюється резервна виробнича потужність підприємства.

Резерв виробничої потужності передбачається, для підприємств, що досягли рівня використання поточної потужності не нижче за 95 % і випускають понад 25 % нової продукції. Зазвичай величина резервних потужностей для покриття пікових навантажень не перевищує 10–15 %, а для підготовки та освоєння виробництва нових виробів – 3–5 % загальної потужності.

5.4 Показники використання виробничої потужності підприємства

Рівень використання виробничої потужності характеризує система показників, яка розділяється на дві групи.

Показники першої групи – характеризують рівень освоєння проектної та використання середньорічної виробничої потужності підприємства:

– коефіцієнт освоєння проектної потужності ($K_{п}$), який характеризує рівень використання введеної в дію нової потужності з метою досягнення стабільного випуску продукції не нижче передбаченого проектом. Цей коефіцієнт розраховують за формулою

$$K_{п} = \frac{B_{п}}{П_{п}}, \quad (5.10)$$

де $B_{п}$ – випуск продукції, передбаченої проектом у відповідних вимірниках;

$П_{п}$ – проектна потужність у таких самих вимірниках.

– коефіцієнт використання середньорічної виробничої потужності ($K_{в}$), який характеризує рівень використання діючої виробничої потужності, обчислюють так:

$$K_{в} = \frac{B}{П_{сеп}}, \quad (5.11)$$

де B – фактичний або плановий річний випуск товарної продукції;

$П_{сеп}$ – середньорічна виробнича потужність у таких самих вимірниках, що й випуск продукції.

Показники другої групи характеризують використання устаткування в часі та в потужності:

– коефіцієнт екстенсивного навантаження (K_e) визначають за формулою

$$K_e = \frac{\Phi_{\phi}}{\Phi_{\pi}}, \quad (5.12)$$

де Φ_{ϕ} – час фактичної роботи устаткування (у зміну, добу, місяць, рік);

Φ_{π} – плановий (максимально можливий) фонд часу роботи устаткування за той самий період;

– до екстенсивних показників використання устаткування належить також коефіцієнт змінності його роботи ($K_{зм}$):

$$K_{зм} = \frac{K_{м.-зм}}{N}, \quad (5.13)$$

де $K_{м.-зм}$ – загальна кількість відпрацьованих машино-змін за добу;

N – кількість встановленого устаткування (діючого та недіючого).

– коефіцієнт інтенсивного завантаження (K_i) визначають за формулою:

$$K_i = \frac{B_{\phi}}{B_{н}}, \quad (5.14)$$

де B_{ϕ} – фактичний обсяг випуску продукції за одиницю часу;

$B_{н}$ – технічна (паспортна) норма продуктивності устаткування за одиницю часу.

– інтегральний коефіцієнт завантаження ($K_{інт}$) устаткування дає сумарну характеристику рівня використання устаткування як за продуктивністю, так і за часом, і визначається так:

$$K_{інт} = K_e \times K_i; \quad (5.15)$$

Аналіз наведених показників дає змогу отримати інформацію про рівень використання й наявність резервів виробничих потужностей підприємства, його підрозділів і розробити заходи щодо поліпшення їх використання.

5.5 Фактори зростання виробничої потужності підприємства

Ступінь ефективності використання виробничої потужності залежить від багатьох зовнішніх та внутрішніх факторів.

До основних *зовнішніх факторів* слід віднести наступні:

- ринковий попит на продукцію підприємства;
- ступінь доступності до матеріально-технічних ресурсів;
- наявність і кваліфікація трудових ресурсів;
- введення у дію нових виробничих потужностей;
- якість матеріально-технічних ресурсів, що отримуються підприємством зі сторони.

Основні *внутрішні фактори* впливу на ефективність використання виробничої потужності можна звести до наступних:

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

Основними способами підвищення ефективності використання виробничих потужностей є:

- 1) технічне вдосконалення устаткування й механізмів;
- 2) використання прогресивних технологічних процесів;
- 3) збільшення часу роботи устаткування (підвищення коефіцієнта змінності, скорочення простоювання);
- 4) застосування прогресивних форм організації виробництва тощо.



Питання для самоконтролю знань:

1. Розкрийте сутність виробничої потужності підприємства.
2. Визначте взаємозв'язок виробничої потужності та пропускнуєї спроможності підприємства.
3. Які види виробничої потужності Ви знаєте?
4. Охарактеризуйте динамічні показники виробничої потужності.
5. Визначте для розрахунку виробничої потужності підприємства.
6. Розкрийте інформаційну базу, принципи та послідовність розрахунку потужності підприємства.
7. Які види фонду часу роботи обладнання Ви знаєте та розкрийте методику їх визначення.
8. Що Ви розумієте під балансом виробничої потужності підприємства і як він визначається.
9. Які показники характеризують використання виробничої потужності підприємства?
10. Визначте фактори, що впливають на ефективність використання виробничої потужності.
11. Визначте резерви зростання виробничої потужності підприємства.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА. ЕКОНОМІЧНІ РЕЗУЛЬТАТИ ГОСПОДАРСЬКО-ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

ТЕМА 6 РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА



Питання для теоретичної підготовки:

1. Поняття та види економічних ресурсів.
2. Поняття та складові ресурсного потенціалу підприємства.
3. Напрями підвищення ефективності ресурсного потенціалу підприємства.



**Ключові
поняття:**

ресурси, фактори виробництва, економічні ресурси, ресурсний потенціал, ресурсовіддача, ресурсоемність

Розкриття змісту ключових питань теми

6.1 Поняття та види економічних ресурсів

Ресурси – це сукупність природних, капітальних, людських сил, які можуть бути використані у процесі виробництва.

Фактори виробництва, на відміну від ресурсів, це вже реально втягнені в процес виробництва ресурси. Іншими словами, **фактори виробництва** – це економічні ресурси, задіяні у виробничому процесі і які безпосередньо впливають на результати виробництва.

Сучасна вітчизняна і світова економічна наука до складу факторів виробництва відносить: працю, капітал, землю, підприємницькі зібності, науку та інформацію.

Економічні ресурси – сукупність ресурсів, які використовуються в господарській діяльності для виробництва, обміну, розподілу та споживання матеріальних і духовних благ, задоволення потреб населення.

Таблиця 6.1 – Класифікація ресурсів підприємства

Класифікаційна ознака	Види ресурсів
1	2
1 Походження	Природні (водні, кліматичні, земельні, повітряні, мінеральні, паливно-енергетичні, рудні, гірничо-хімічні й інші ресурси, рослинний світ) Економічні (капітал, трудові, інформаційні, фінансові, інвестиційні, матеріально-сировинні, інформаційні та ін. ресурси)

Продовження таблиці 6.1

1	2
2 Характер використання	Виробничі Невиробничі
3 Спосіб відтворення	Відновні (створені й відновлювальні природою і суспільством) Невідновні (корисні копалини, що використовуються як сировина)
4 Участь у виробництві	Функціонуючі (фактичні) – постійно необхідні для виконання виробничої програми) Потеційні – можуть бути отримані і задіяні за певних умов (кредити банків) Зарезервовані – ресурси резервних та спеціальних фондів
5 За складом	матеріальні, трудові, фінансові, інформаційні, природні

6.2 Поняття та складові ресурсного потенціалу підприємства

Ресурсний потенціал підприємства – це сукупність матеріальних, нематеріальних, трудових, фінансових ресурсів, зокрема здатність робітників підприємства ефективно використовувати названі ресурси для виконання місії, досягнення поточних та стратегічних цілей підприємства.

Ресурсний потенціал включає:

1. **Технічні ресурси.** Це, насамперед, основні фонди: обладнання, устаткування, будівлі, споруди, виробничі площі, інвентар. Для потенціалу підприємства, окрім кількості технічних ресурсів, важливе значення мають їхній стан, структура, особливості використання та утримання.

2. **Технологічні ресурси** – використовувані технології та особливості організації виробничого процесу, динамічність технологічних змін, інновацій, наявність конкурентоспроможних ідей та наукових розроблень.

3. **Матеріальні ресурси.** Це сировина, матеріали, особливості їхнього використання, обробки, збагачення, утилізації. Це предмети праці, які в результаті їхнього використання із застосуванням інших видів ресурсів у процесі праці перетворюються на готову продукцію, здатну задовольняти потреби споживачів.

4. **Трудові ресурси.** Люди, здатні до праці, становлять основний елемент продуктивних сил суспільства, оскільки саме вони сполучають засоби і предмети праці, і в результаті трудових зусиль створюється готова продукція.

5. **Фінансові ресурси.** Складовими фінансових ресурсів є цінні папери, інвестиційні вкладення. Важливе значення для потенціалу підприємства є стан фінансових активів, їхня ліквідність, можливості та обсяги отримання позик і кредитів і т. ін.

6. **Нематеріальні ресурси.** Вони забезпечують економічну користь протягом тривалого періоду, але не мають матеріальної основи для отримання доходів (товарні знаки, комп'ютерні програми, бази даних, раціоналізаторські пропозиції і т. ін.)

7. **Просторові ресурси.** Це характер виробничих приміщень й території підприємства, наявність і стан комунікацій, можливість їх розширення, місцезнаходження і розташування підприємства, відстань від постачальників та споживачів, наближеність до транспортних шляхів.

8. **Інформаційні ресурси.** Здійснювати управління підприємством, не володіючи інформацією про внутрішнє та зовнішнє становище, неможливо. Важливе значення мають характер інформації, доступ до неї, можливість розширення інформації і підвищення її ймовірності та інше.

9. **Час.** Він є специфічним і, на відміну від інших, не відновлюваним ресурсом, від використання якого ресурсу ефективність використання потенціалу.

10. **Ресурси організаційної структури управління** – характер та гнучкість керівної системи, способи підпорядкування, обсяги повноважень та відповідальності, швидкість проходження керівних впливів.

Важливими для ефективної діяльності підприємства є його репутація, досвід ділових зв'язків, престиж торгових марок, маркетингові позиції на ринку, стала клієнтура, зв'язки з постачальниками і партнерами.

Загалом структуру ресурсного потенціалу підприємства представлено на рисунку 6.1.

Базовий ресурсний потенціал забезпечує можливість формування шляхів підвищення ефективності його використання, реалізації підприємницької діяльності, досягнення цілей, створення економічних цінностей та одержання прибутків від господарської діяльності. Базовий потенціал пов'язаний з конкурентними перевагами підприємства, а відтак його підтримка і розвиток на відповідному рівні дають змогу одержати стійку конкурентну перевагу на ринку.

Прихований ресурсний потенціал – ті активи, що не мають конкретної переваги на сучасному етапі, але можуть набути ознак базових, якщо прихований потенціал досягає певного рівня.

Перехресний ресурсний потенціал – ті активи, що забезпечують використання інших складових потенціалу.

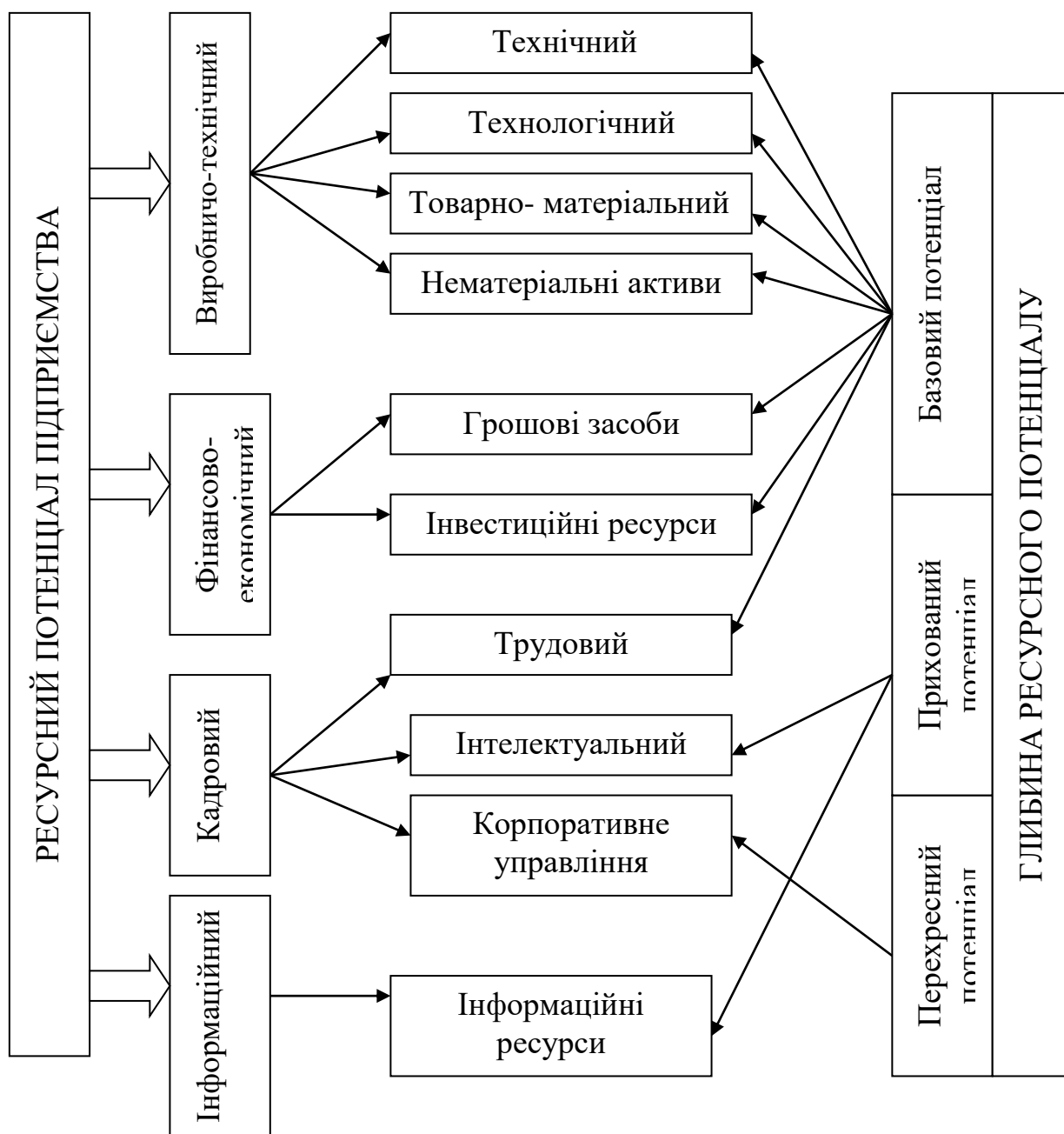


Рисунок 6.1 – Структура ресурсного потенціалу підприємства

Розглядаючи склад ресурсного потенціалу щодо **функціональних напрямів формування та використання**, розрізняють об'єктні та суб'єктні складові потенціала підприємства.

Об'єктні складові пов'язані з матеріально-речовинною та особовою формою потенціалу підприємства. Вони споживаються і відтворюються в тій чи іншій формі в процесі функціонування. До них належить:

– *виробничий потенціал* – наявні та приховані можливості підприємства щодо залучення та використання факторів виробництва для випуску максимально можливого обсягу продукції (послуг); обсяг продукції. До його складу входять: потенціал землі та природнокліматичні умови; потенціал оборотних фондів

потенціал основних фондів; потенціал нематеріальних активів; потенціал технологічного персоналу;

– *інноваційний потенціал* (характеризує можливості підприємства в сфері розробки та впровадження інновацій);

– *фінансовий потенціал* – це обсяг власних, позикових та залучених фінансових ресурсів підприємства, який знаходиться у його розпорядженні для здійснення поточних і перспективних витрат;

– *потенціал відтворення* – це можливості діючої системи до простого та розширеного відтворення факторів виробництва та інших складових елементів потенціалу підприємства для забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності продукції).

Суб'єктні складові пов'язані із суспільною формою їх виявлення. Вони не споживаються, а виступають як передумова, як загальноекономічний, загальногосподарський соціальний чинник раціонального споживання об'єктних складових. До суб'єктних складових відносяться:

– *науково-технічний потенціал* (характеризує здатність працівників підприємства здійснювати наукові дослідження та розробки, спрямовані на удосконалення виробничих і технологічних процесів, диференціацію видів продукції);

– *маркетинговий потенціал* – це максимальна можливість підприємства щодо систематизованого і планомірного спрямування всіх його функцій (визначення потреб і попиту, організації виробництва, продажу і післяпродажного обслуговування) на задоволення потреб споживачів і використання потенційних ринків збуту;

– *управлінський потенціал* – це навички та здібності керівників усіх рівнів управління щодо формування, організації, створення належних умов для функціонування та розвитку соціально-економічної системи підприємства в умовах мінливості зовнішнього середовища;

– *потенціал організаційної структури управління* – являє собою загальнокорпоративний управлінський механізм функціонування підприємства, який втілює у собі рівень організації функціональних елементів системи та характер взаємозв'язків між ними.

Особливої уваги в структурі потенціалу підприємства заслуговують: трудовий, інфраструктурний та інформаційний потенціали. Всі вони не підлягають під зазначену класифікацію складових потенціалу підприємства, їх не можна однозначно віднести чи то до суб'єктних, чи то до об'єктних складових:

– *трудовий потенціал* – це персоніфікована робоча сила, яка розглядається в сукупності своїх якісних характеристик та забезпечує ефективне

функціонування підприємства;

– *інфраструктурний потенціал* – збалансовані з вимогами виробництва можливості цехів, господарств і служб, які забезпечують необхідні умови для діяльності основних підрозділів підприємства та задоволення соціальних потреб його персоналу.

– *інформаційний потенціал* характеризує можливості створеної інформаційної бази гарантувати своєчасне та повне насичення підприємства достовірною вхідною, вихідною, нормативно-довідковою, оперативною інформацією для прийняття рішень у процесі господарської діяльності підприємства та досягнення цілей його розвитку;

6.3 Напрями підвищення ефективності ресурсного потенціалу підприємства

Рівень використання ресурсного потенціалу визначається наступними чинниками):

– обсягом та якістю наявних у нього ресурсів (кількістю зайнятих працівників, основними виробничими і невиробничими фондами або матеріальними запасами, фінансовими та нематеріальними ресурсами – патентами, ліцензіями, інформацією, технологією);

– можливостями керівників та інших категорій персоналу створювати певні види продукції, інакше кажучи, їхнім освітнім, кваліфікаційним, психофізіологічним та мотиваційним потенціалом;

– можливостями менеджменту оптимально використовувати наявні ресурси підприємства (професійною підготовкою, талантом, умінням створювати й оновлювати організаційні структури підприємства);

– інформаційними можливостями, тобто можливостями підприємства генерувати і трансформувати інформаційні ресурси для використання їх у виробничій, комерційній та управлінській діяльності;

– інноваційними можливостями підприємства щодо оновлення техніко-технологічної бази виробництва, переходу на випуск нової конкурентоспроможної продукції, використання сучасних форм і методів організації та управління господарськими процесами;

– фінансовими можливостями залучення коштів, що їх бракує (кредитоспроможністю, внутрішньою та зовнішньою заборгованістю у сфері фінансів);

– іншими можливостями.

Разом усі ці можливості створюють сукупний потенціал підприємства, який представляє можливості для формування шляхів підвищення ефективності

його використання, відображають рівень його конкурентоспроможності.

До узагальнюючих показників оцінки ефективності використання ресурсів підприємства відносяться показники ресурсовіддачі та ресурсоємності.

Ресурсовіддача – це відношення обсягу продукції до суми сукупних витрат, пов'язаних зі споживанням виробничих ресурсів.

Використовуючи ресурсно-витратний підхід, одержимо формулу для розрахунку ресурсовіддачі:

$$Po = \frac{OP}{MB + ЗП + АВ + ВЗ} \quad (6.1)$$

де Po – ресурсовіддача;

OP – обсяг продукції (валової, товарної, реалізованої, чистої й т.п.), грн.;

MB – матеріальні виробничі витрати, грн.;

$ЗП$ – оплата праці виробничих робітників з відрахуваннями на соціальні потреби, грн.;

AB – амортизація основних виробничих фондів, грн.;

$BЗ$ – інші виробничі витрати, грн.

Ресурсоємність – розраховується як відношення суми сукупних витрат, пов'язаних зі споживанням виробничих ресурсів, до обсягу продукції:

$$Pe = \frac{1}{Po} \quad (6.2)$$

де Pe – ресурсоємність;

Po – ресурсовіддача.

Шляхи підвищення ефективності використання виробничих ресурсів:

1) за рахунок відносного зниження ресурсоємності продукції;

2) за рахунок збільшення інтенсивності використання ресурсу в процесі виробництва (скорочення часу на ремонт устаткування).



Питання для самоконтролю знань:

1. Розкрийте сутність понять «ресурси» та «фактори виробництва».
2. Надайте класифікацію ресурсів підприємства.
3. Що Ви розумієте під ресурсним потенціалом підприємства?
4. Охарактеризуйте основні складові ресурсного потенціалу підприємства та їх взаємозв'язок.
5. Які чинники, що обумовлюють рівень використання ресурсного потенціалу?
6. Які показники ефективності використання ресурсного потенціалу Ви знаєте? Розкрийте методику їх визначення.
7. Визначте основні напрями підвищення ефективності ресурсного потенціалу підприємства.

ТЕМА 7 ТРУДОВІ РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВА



Питання для теоретичної підготовки:

1. Поняття, класифікація і структура персоналу підприємства.
2. Продуктивність праці персоналу: сутність, показники і методи її вимірювання та напрямки підвищення.
3. Мотивація персоналу: сутність, види та основні методи впливу.
4. Оплата праці на підприємстві: сутність, державна політика загальна організація.
5. Сутнісно-видова характеристика форм і систем оплати праці персоналу.
6. Система показників для оцінки чисельності, стану, руху робочої сили на підприємстві.
7. Методичні підходи до планування чисельності окремих категорій працівників підприємства.



Ключові поняття:

трудові ресурси, трудовий потенціал, кадри, персонал, керівники, спеціалісти, службовці, робітники, професія, кваліфікація, структура персоналу, баланс робочого часу, продуктивність праці, виробіток, трудомісткість, мотивація праці, стимулювання, винагорода, заробітна плата, тарифна система, тарифна сітка, тарифна ставка, тарифно-кваліфікаційний довідник, форми заробітної плати (погодинна, відрядна), безтарифна система, фонд опдати праці, фонд основної заробітної плати, фонд додаткової заробітної плати, норма часу, норма виробітку, норма обслуговування

Розкриття змісту ключових питань теми

7.1 Поняття, класифікація і структура персоналу підприємства

Персонал підприємства – це сукупність працівників різних професійно-кваліфікаційних груп, що зайняті на підприємстві та входять в його обліковий склад.

Персонал підприємства можна *класифікувати* за різними ознаками:

I. По **відношенню до основної діяльності підприємства** на:

- промисловий персонал;
- непромисловий персонал.

II. **За характером функцій**, що виконуються персоналом підприємства поділяється на:

- *керівників* – працівників, які обіймають посади керівників підприємств та структурних підрозділів;

– *спеціалістів* – працівників, які виконують спеціальні інженерно-технічні, економічні, бухгалтерські управлінські та правові функції та мають високу кваліфікацію та достатній стаж роботи;

– *службовців* – працівників, що здійснюють підготовку та оформлення документації, облік та контроль, господарське обслуговування;

– *робітників* – працівників, які безпосередньо зайняті у процесі створення матеріальних цінностей (продукції), а також виконують основні і допоміжні обслуговуючі функції (ремонт, переміщення вантажів тощо). Усіх робітників можна поділити на:

– *основних* – тих, що безпосередньо беруть участь у процесі створення продукції;

– *допоміжних* – тих, які виконують функції обслуговування основного виробництва (наладчики, механіки).

В сучасних умовах крім вищезазначених категорій виділяють ще й такі групи персоналу, як молодший обслуговуючий персонал, учні та охорона. Керівники, спеціалісти та службовці становлять адміністративно – управлінський персонал (АУП) підприємства.

III. За професіями та спеціальностями

Професія – вид трудової діяльності, здійснення якої потребує відповідного комплексу теоретичних знань та практичних навичок (наприклад, токарь, слюсар, шахтар)..

Спеціальність – більш вузький різновид трудової діяльності в межах професії, що потребує глибоких знань і надання практичних навичок з вузького кола робіт.

Розподіл персоналу за професіями та спеціальностями здійснюється згідно Державного класифікатора професій (ДК) ДК 003:2010, затв. наказом Держспоживстандарту України 28.07.2010 № 327.

IV. За рівнем кваліфікації

Кваліфікація – це сукупність виробничих знань та практичних навичок, що визначають ступінь підготовленості працівника до виконання професійних функцій відповідної складності.

Рівень кваліфікації АУП характеризується рівнем освіти, досвідом роботи на посаді.

Рівень кваліфікації робітників – характеризується рівнем складності робіт, рівнем професійної підготовки та досвідом роботи. За рівнем кваліфікації робітників поділяють на чотири групи: висококваліфіковані, кваліфіковані, малокваліфіковані, некваліфіковані.

Рівень кваліфікації робітників вимірюється розрядом. Для спеціалістів показником рівня кваліфікації виступає категорія.

Віднесення кваліфікації працівників до певного рівня здійснюється підприємством самостійно. Конкретний рівень кваліфікації визначається Довідником кваліфікаційних характеристик професій працівників, що затверджен наказом Міністерства праці та соціальної політики України від 29 грудня 2004 р. № 336.

V. Персонал поділяється на наступні групи:

– *постійні працівники* – перебувають в обліковому складі більше трьох місяців;

– *тимчасові працівники* – працюють на підприємстві більше одного дня, але менше трьох місяців;

– *сезонні працівники* – виконують роботи протягом сезону.

Існує розподіл персоналу підприємства і за іншими ознаками: *за стажем роботи, за віком, статтю та стаж* тощо.

Розподіл працівників за класифікаційними групами служить основою для розрахунків різного роду структур. *Структура персоналу підприємства* – відносне (процентне) співвідношення окремих категорій персоналу в межах його загальної чисельності. (співвідношення окремої категорії працівників до загальної чисельності персоналу підприємства, або до іншої класифікаційної групи).

7.2 Продуктивність праці персоналу: сутність, показники і методи її вимірювання та напрямки підвищення

Продуктивність праці – це ефективність затрат конкретної праці, яка визначається кількістю продукції, виробленої за одиницю робочого часу, або кількістю часу, витраченого на одиницю продукції. Розраховуючи рівень продуктивності праці, використовують прямий і обернений методи (рис. 7.1).



Рисунок 7.1 – Методи вимірювання продуктивності праці

Прямий метод показує кількість продукції (обсяг робіт, послуг), яка виробляється за одиницю часу (**виробіток**):

$$B = \frac{Q}{Z}, \quad (7.1)$$

де Q – обсяг виробництва продукції (надання послуг);

Z – затрати праці на виробництво цього обсягу.

Залежно від особливостей діяльності підприємства (підрозділів), мети розрахунків використовують різні показники рівня виробітку, а саме натуральні, вартісні, трудові.

Натуральні показники виробітку визначаються шляхом ділення обсягу виробленої продукції в натуральних одиницях на кількість затраченого часу в нормо-годинах.

Вартісні показники виробітку визначаються шляхом ділення обсягу виробленої продукції в грошовому вираженні на затрати часу, вираженого в середньобліковій чисельності працівників, або у відпрацьованій ними кількості людино-днів, людино-годин.

Трудові показники виробітку визначаються шляхом ділення обсягу продукції представленої в затратах робочого часу в нормо-годинах, на кількість працівників.

Трудомісткість продукції – сума всіх витрат праці, затраченої на виробництво одиниці продукції (роботи) (у люд.-годин.), на даному підприємстві:

$$T_p = \frac{Z}{Q}. \quad (7.2)$$

Між зміною норми часу (трудомісткості) і виробітком існує залежність. Якщо норма часу знижується на $t_{zn} \%$ відсотків, то норма виробітку збільшується на $B_{z6} \%$ відсотків, і навпаки. Ця залежність виражається такими формулами:

$$t_{zn} \% = B_{z6} \% / (100 + B_{z6} \%) \times 100; \quad (7.3)$$

$$B_{z6} \% = t_{zn} \% / (100 - t_{zn} \%) \times 100. \quad (7.4)$$

Розрізняють такі види трудомісткості:

– *технологічна трудомісткість* (T_T), яка включає всі затрати праці основних робітників – як відрядників, так і почасовиків:

$$T_T = T_B + T_P, \quad (7.5)$$

де T_B – затрати праці основних робітників-відрядників;

T_P – затрати праці основних робітників-почасовиків.

– *трудомісткість обслуговування виробництва* ($T_{об}$) включає всі затрати праці допоміжних робітників.

– *виробнича трудомісткість* ($T_{вир}$) – це всі затрати праці основних і допоміжних робітників.

$$T_{вир} = T_{т} + T_{об}. \quad (7.6)$$

– *трудомісткість управління виробництвом* (T_y) включає затрати праці керівників, професіоналів, фахівців і технічних службовців.

– *повна трудомісткість* (T) – це трудові затрати всіх категорій промислово-виробничого персоналу:

$$T = T_{т} + T_{об} + T_y; \quad (7.7)$$

Підвищення рівня продуктивності праці має велике значення для підвищення ефективності функціонування підприємства:

– є єдиним джерелом збільшення обсягів виробництва продукції;

– приводить до скорочення затрат живої праці на виробництво продукції, а відтак – економії робочого часу;

– обумовлює скорочення витрат на оплату праці в розрахунку на одиницю продукції;

– сприяє зниженню витрат на оплату праці й витрат на виробництво загалом, що забезпечить підвищення рівня рентабельності.

Чинники зростання продуктивності праці можна поділити на:

1) зовнішні – ті, що об'єктивно перебувають поза контролем підприємства (законодавство, політика, ринкова інфраструктура, природні ресурси).

2) внутрішні – ті, на які підприємство може впливати безпосередньо (характер продукції, технологічні процеси, матеріали, енергія, персонал, організація виробництва та праці, система мотивації тощо). Всі ці чинники можна об'єднати в такі групи:

– **матеріально-технічні** – пов'язані з науково-технічним прогресом (упровадження нової техніки, прогресивних технологій, механізація й автоматизація виробництва; поліпшення використання сировини; застосування прогресивних матеріалів тощо);

– **організаційні** – пов'язані з удосконаленням організації виробництва, праці й управління (поглиблення спеціалізації і кооперації праці, розширення сфери суміщення професій і функцій; поліпшення нормування праці; застосування гнучких форм організації праці; поліпшення підготовки і підвищення кваліфікації кадрів; поліпшення умов праці; удосконалення матеріального стимулювання праці; упровадження автоматизованих систем управління виробництвом тощо);

– *соціально-економічні* – визначаються якісними характеристиками і соціально-економічним складом трудових колективів, підвищенням кваліфікаційного й загальноосвітнього рівня працівників, поліпшенням соціально-психологічного клімату в трудових колективах, підвищенням дисциплінованості, трудової активності, творчої ініціативи працівників, удосконаленням методів мотивації і психологічного впливу тощо.

Вивільнення чисельності працівників під дією будь-якого матеріально-технічного заходу (Е) визначають за формулою

$$E = \frac{(T_6 - T_{пл}) * Q_{пл}}{\Phi * K_{в.н.}} * K_{ч}, \quad (7.8)$$

де T_6 , $T_{пл}$ – трудомісткість виготовлення одиниці продукції до та після впровадження технічного заходу, норма-год;

$Q_{пл}$ – планований обсяг випуску продукції в натуральному вимірі, після реалізації заходу;

Φ – ефективний фонд робочого часу одного працівника в плановому році (періоді), год;

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

$K_{ч}$ – коефіцієнт, який ураховує термін дії заходу в плановому періоді:

$$K_{ч} = \frac{M}{12}, \quad (7.9)$$

де M – кількість повних місяців дії заходу в плановому році.

7.3 Мотивація персоналу: сутність, види та основні методи впливу

Мотивація праці – це сукупність методів, прийомів, способів і конкретних дій, що спонукають працівника до високопродуктивної трудової діяльності, орієнтованої на досягнення особистої винагороди, а також цілей організації.

В існуючих теоріях мотивації (рис. 7.2) прослідковується два підхода до її вивчення:

1. *Змістовні теорії мотивації* – ґрунтуються на ідентифікації таких внутрішніх потреб, які примушують людей діяти так, а не інакше. Знаючи потреби підлеглих, менеджер може створювати умови для їх задоволення таким чином, щоб забезпечити досягнення цілей організації.

2. *Процесні теорії мотивації* – базуються на вивченні поведінки людини, її реакції на відносини у трудовому колективі та з адміністрацією. Згідно з процесним підходом поведінку робітника в організації разом з потребами

обумовлюють: сприйняття робітником даної конкретної ситуації; очікування робітника, пов'язані з даною конкретною ситуацією; оцінка робітником можливих наслідків обраного типу поведінки.

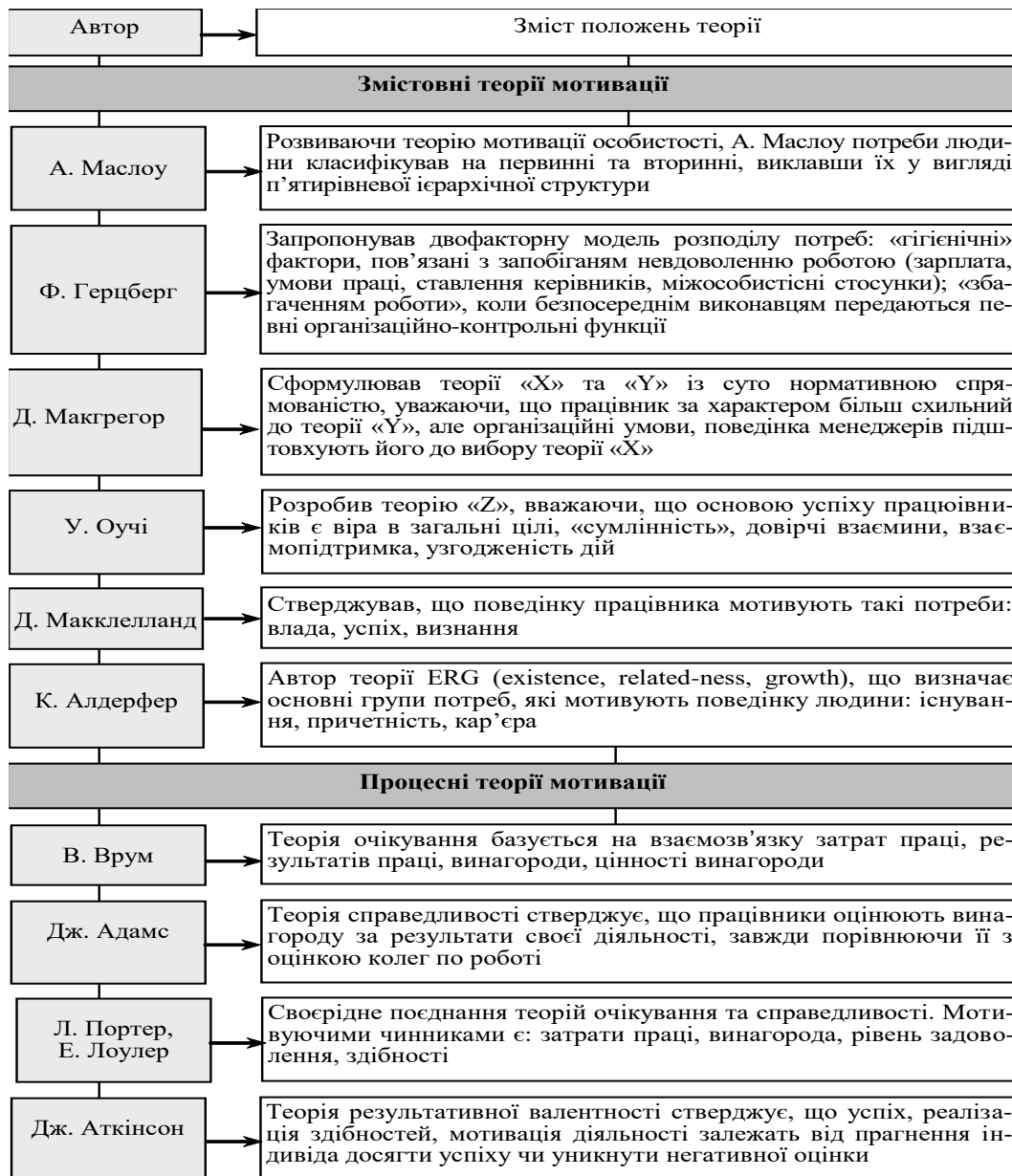


Рисунок 7.2 – Теорії мотивації

Основні сучасні вимоги до побудови системи мотивації праці:

Надання однакових можливостей відносно зайнятості та посадового просування за критерієм результативності праці.

Узгодження рівня оплати праці з її результатами і визнання особистого внеску в загальний успіх.

Створення належних умов для захисту здоров'я, безпеки праці та добробуту всіх категорій працівників.

Забезпечення можливостей для підвищення професійної майстерності, реалізації здібностей працівників, можливостей для продовження навчання, підвищення кваліфікації та перекваліфікації.

Створення в колективі атмосфери довіри, заінтересованості в досягненні спільної мети, підтримування двосторонніх комунікацій між керівниками і всіма іншими категоріями працівників.

Основні форми винагороди представлені на рисунку 7.3.

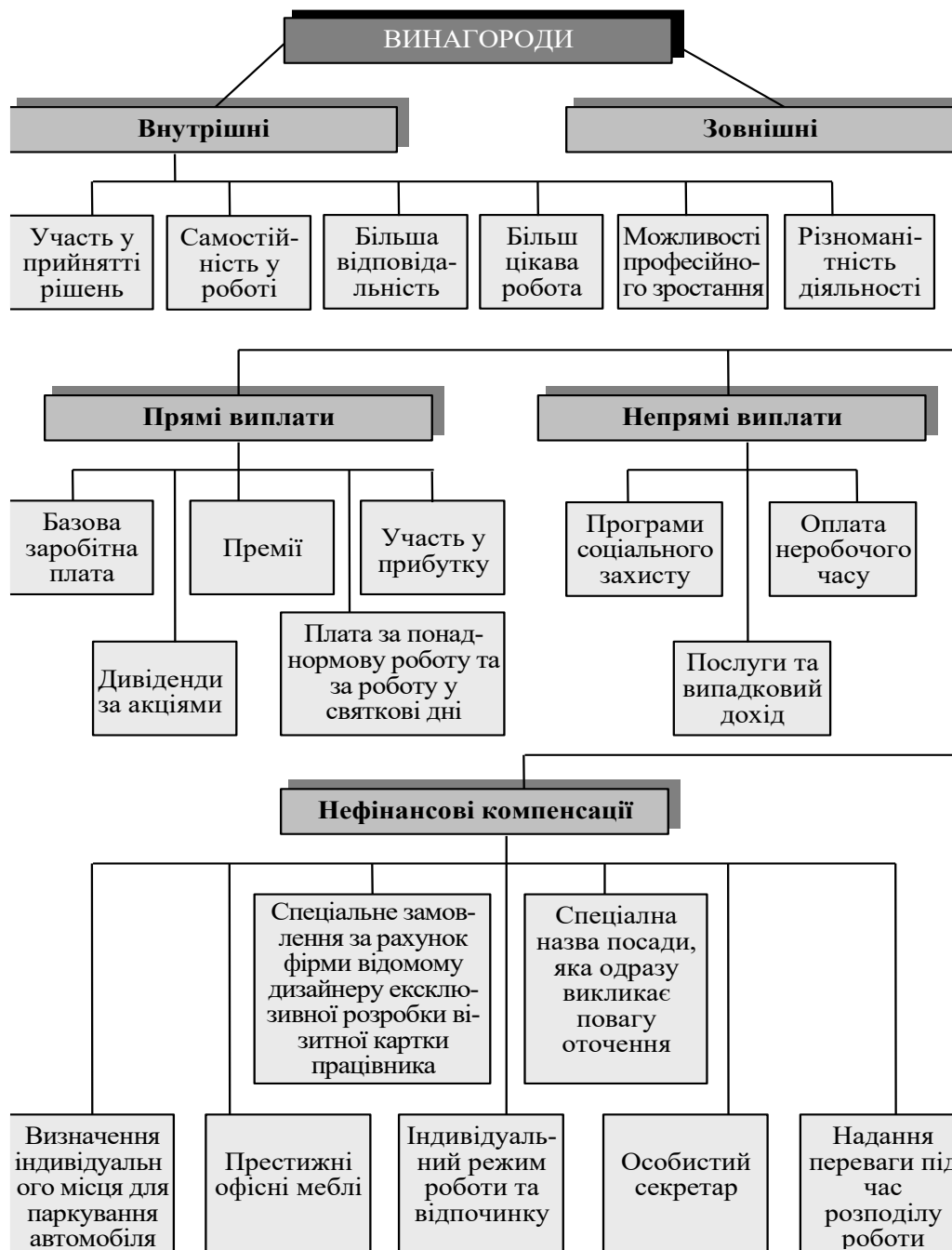


Рисунок 7.3 – Форми винагороди

Основою мотивації праці є **стимулювання** – виплата винагороди в грошовій формі або у відповідному еквіваленті.

Винагорода – це широкий спектр конкретних засобів, що базуються на системі цінностей людини (усе те, що людина вважає для себе цінним). Можна виділити два типи винагород: внутрішні і зовнішні.

Внутрішню винагороду забезпечує сама робота, її змістовність та значущість, можливість досягнення високого результату. Як внутрішню винагороду можна розглядати й «розкіш людського спілкування», що має місце в процесі роботи, дружні відносини з колегами, відчуття «належності до команди».

Зовнішня винагорода забезпечується організацією. Складовими зовнішніх винагород є заробітна плата, просування по службі, додаткові пільги (службовий автомобіль, додаткова відпустка, повна чи часткова оплата комунальних витрат тощо), символи службового статусу та престижу (надання почесних звань, нагородження орденами тощо).

7.4 Оплата праці на підприємстві: сутність, державна політика, загальна організація

Відповідно до Закону України «Про оплату праці» **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:

– *відтворювальну* – як джерела відтворення робочої сили і засобу залучення людей до праці;

– *стимулюючу* – встановлення залежності рівня заробітної плати від кількості, якості і результатів праці;

– *регулюючу* – як засіб розподілу і перерозподілу кадрів по регіонах країни, галузях економіки з урахуванням ринкової кон'юнктури;

– *соціальну* – забезпечення соціальної справедливості, однакової винагороди за однакову працю.

Розрізняють номінальну і реальну заробітну плату.

Номінальна заробітна плата – це сума коштів, яку одержують працівники за виконання обсягу робіт відповідно до кількості і якості затраченої ними праці, результатів праці.

Реальна заробітна плата відображає сукупність матеріальних і культурних благ, а також послуг, які може придбати трудівник на номінальну заробітну плату. Розмір реальної заробітної плати залежить від величини номінальної заробітної плати і рівня цін на предмети споживання і послуги. Цю залежність можна виразити так:

$$I_{р.зп} = I_{н.зп} / I_{ц}, \quad (7.10)$$

де $I_{р.зп}$, $I_{н.зп}$ – відповідно індекси реальної і номінальної заробітної плати;
 $I_{ц}$ – індекс цін.

Основні складові елементи організації оплати праці представлені на рисунку 7.4.



Рисунок 7.4 – Організація заробітної плати за умов ринкової економіки

Фонд оплати праці – сума коштів, яка створюється на підприємстві для оплати всіх категорій персоналу і включається до собівартості продукції. У фонд оплати праці входять (рис. 7.5):

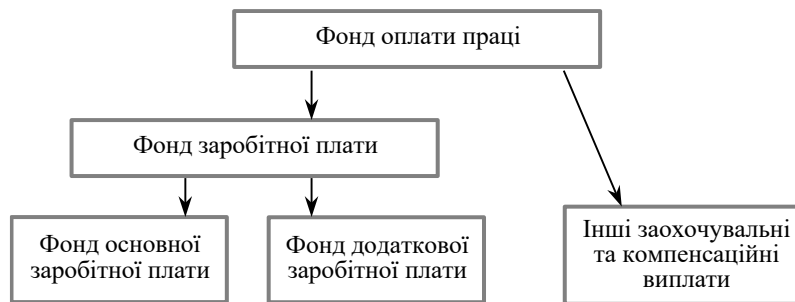


Рисунок 7.5 – Структура фонду оплати праці

– *фонд основної заробітної плати* – охоплює нарахування винагороди за виконану роботу відповідно до встановлених норм праці (норми часу, виробітку, обслуговування, посадових обов’язків);

– *фонд додаткової заробітної плати* – містить доплати, надбавки, гарантії та компенсаційні виплати, передбачені законом, премії за виконання виробничих завдань і функцій, а саме: надбавки й доплати до тарифних ставок і окладів у розмірах, передбачених законом (за роботу у важких і шкідливих умовах, у нічний час, за керівництво бригадою, високу майстерність і т. ін.). У цей фонд включають премії та винагороди, у тому числі за вислугу років; оплату праці у святкові та вихідні дні; оплату за невідпрацьований час у розмірах, передбачених законом;

– *інші заохочувальні та компенсаційні виплати*, а саме: премії, які мають одноразовий характер; компенсаційні виплати, які не передбачено законом або понад норми призначено законами (щорічні виплати за вислугу років, премії спеціальними системами преміювання, за виконання особливо важливих виробничих завдань і т. ін.).

7.5 Сутнісно-видова характеристика форм і систем оплати праці персоналу

Основою організації оплати праці в Україні є тарифна система.

Тарифна система оплати праці являє собою сукупність нормативів, за допомогою яких здійснюється диференціація і регулювання зарплати різних груп працівників залежно від їхньої кваліфікації, відповідальності, умов праці (тобто її шкідливості, складності, інтенсивності, привабливості тощо), її кількості та результатів. Основними елементами тарифної системи є:

– *довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників* – це систематизований за видами економічної діяльності збірник описів професій, які

наведені у Класифікаторі професій;

– *тарифні сітки*, що слугують для визначення співвідношень в оплаті праці робітників, які виконують роботи різної складності;

– *тарифні ставки*, що визначають розмір заробітку за годину, день або місяць роботи;

– *схеми посадових окладів*, або єдина тарифна сітка – це перелік посад і відповідних їм посадових окладів, які визначаються у вигляді верхньої й нижньої межі посадового окладу по кожній посаді.

Найчастіше застосовують дві основні форми заробітної плати:

– *погодинна* – оплата праці за фактично відпрацьований час;

– *відрядна* – оплата праці за фактично виконаний обсяг робіт.

Відрядна і погодинна форми оплати праці підрозділяються на кілька систем. Системами відрядної форми оплати праці є: пряма відрядна, відрядно-преміальна, відрядно-прогресивна, непряма-відрядна, акордна, а погодинної – пряма погодинна, погодинна-преміальна.

Основою відрядної оплати праці є норма виробітку (часу) і тарифна ставка.

Пряма відрядна система оплати праці. За прямої відрядної системи розмір заробітної плати прямо залежить від результатів роботи кожного робітника. Виготовлена робітником продукція або виконана ним робота оплачується за індивідуальними розцінками. Відрядна розцінка визначається за формулами:

– для виробництв, де застосовуються норми виробітку:

$$P_v = \frac{T}{H_{\text{вир}}}, \quad (7.11)$$

де T – погодинна або денна тарифна ставка, яка відповідає розряду даної роботи;

$H_{\text{вир}}$ – норма виробітку в одиницю часу;

– для виробництв, де застосовуються норми часу:

$$P_v = T * \frac{H_{\text{ч}}}{60}, \quad (7.12)$$

де $H_{\text{ч}}$ – норма часу, хв.

Загальний відрядний заробіток робітника при індивідуальній прямій відрядній оплаті визначається за формулою:

$$ЗП_e = P_e * B, \quad (7.13)$$

де B – виробіток робітником продукції належної якості за розрахунковий період.

Відрядно-преміальна система оплати праці. Сутність її полягає в тому, що робітникам нараховується, крім заробітку за прямою відрядною системою, премія за виконання і перевиконання певних кількісних і якісних показників. Розмір премії устанавлюється у відсотках до заробітку, визначеному за відрядними розцінками.

Загальний заробіток робітника при застосуванні відрядно-преміальної оплати його праці за виконання і перевиконання завдань, технічно обґрунтованих норм виробітку можна розрахувати за формулою:

$$З_{П_3} = З_в + \frac{З_в (П_1 + \dots + П_n)}{100}, \quad (7.14)$$

де $З_в$ – заробіток за відрядними розцінками, грн.;

$П_1, П_n$ – відсоток премії за досягнення певних результатів (за виконання завдання і технічно обґрунтованих норм, за кожний відсоток перевиконання завдань або норм й т.ін.).

Відрядно-прогресивна система. За цієї системи оплати праці виробіток робітників у межах завдання виплачується за твердими нормами (розцінками), а виробіток понад завдання – за підвищеними розцінками, причому розцінки збільшуються прогресивно зі збільшенням кількості продукції, виробленої понад завдання. Ступінь збільшення розцінок визначається спеціальною шкалою. Загальний заробіток по цій системі розраховується за формулою:

$$З_3 = З_в + \frac{З_в (П_в - П_н)}{П_в} K_p, \quad (7.15)$$

де $З_в$ – відрядний заробіток за прямими розцінками;

$П_в$ – процент виконання норм виробітку;

$П_н$ – вихідна база для нарахування прогресивних доплат, яка виражена у процентах виконання норм виробітку;

K_p – коефіцієнт збільшення прямої відрядної розцінки за шкалою прогресивних доплат.

Непряма-відрядна система заробітної плати. Її застосовують для оплати праці допоміжних робітників, зайнятих обслуговуванням основних робітників-відрядників. При цьому заробіток допоміжних робітників залежить від результатів роботи робітників-відрядників, яких вони обслуговують. Ця система зацікавлює допоміжних робітників у поліпшенні обслуговування верстатів, агрегатів автоматичних ліній для безперебійної і ритмічної їх роботи. За цією системою у промисловості можуть оплачуватися слюсарі-ремонтники, електрики, наладчики устаткування, кранівники та ін.

Загальний заробіток може визначатися двома способами:

1) множенням непрямої відрядної розцінки на фактичне виконання завдання за робочими об'єктами обслуговування. При цьому непряма відрядна розцінка визначається за формулою:

$$P_{\text{непр}} = \frac{T_{\text{ден.доп}}}{N_{\text{об}} \cdot V_{\text{п}}}, \quad (7.16)$$

де $T_{\text{ден.доп}}$ – денна тарифна ставка допоміжного робітника, праця якого оплачується за непрямою відрядною системою, грн;

$N_{\text{об}}$ – кількість робочих місць, які обслуговуються за установленними нормами;

$V_{\text{п}}$ – планова норма виробітку, яка установлена для кожного виробничого об'єкта, що обслуговується;

2) множенням тарифної ставки допоміжного робітника на середній відсоток виконання норм виробітку робітників, яких він обслуговує за даний період.

Акордна система оплати праці. При цій системі відрядна розцінка установлюється не на окрему виробничу операцію, а на весь комплекс робіт, виходячи із чинних норм часу і розцінок. Порівняно з прямою відрядною оплатою за акордної заздалегідь визначені обсяг робіт і строк їх виконання, відома сума заробітної плати за нарядом залежно від виконання завдання.

За простої погодинної системи розмір заробітку визначається залежно від тарифної ставки робітника і кількості відпрацьованого ним часу.

Ефективнішою системою є **погодинно-преміальна**, за якою крім заробітку за простою погодинною системою, працівникові виплачується премія за досягнення певних кількісних і якісних показників. Кількісними показниками можуть бути відпрацьований час, виконання планових і нормованих завдань, а якісними – здавання продукції з першого подання, підвищення сортності продукції, економія сировини, матеріалів, пального, інструментів, дотримання технологічних режимів тощо.

Розширення економічної самостійності підприємств супроводжується використанням **гнучких систем оплати праці** – систем, в яких певна частина заробітку ставиться в залежність від особистих заслуг робітників і загальної ефективності роботи підприємства. Під час визначення розміру оплати праці ураховується не тільки стаж, кваліфікація, професійна майстерність, а й і значущість працівника, його здатність досягнути певних цілей щодо розвитку організації.

Безтарифна система оплати праці – це організація оплати праці, що ґрунтується на принципі часткового розподілу зароблених колективом коштів

між працівниками згідно з прийнятими співвідношеннями (коефіцієнтами) в оплаті праці різної якості (залежно від кваліфікації, посади, спеціальності працівників тощо). Рівень оплати кожного працівника залежить від фонду оплати праці підприємства.

Основними ознаками бестарифної системи оплати праці є:

– тісний зв'язок рівня оплати праці працівника з фондом заробітної плати, який формується за колективними результатами роботи;

– присвоєння кожному працівникові постійних коефіцієнтів, які комплексно характеризують його кваліфікаційний рівень, а також визначають його трудовий внесок у загальні результати праці за даними трудової діяльності працівників, які належать до певного кваліфікаційного рівня;

– визначення коефіцієнтів трудової участі кожного працівника в поточних результатах діяльності, які доповнюють оцінку його кваліфікаційного рівня.

Індивідуальна заробітна плата кожного працівника – це його частка (пай) у фонді заробітної плати, який зароблений усім колективом. Формула розрахунку:

$$ЗП_i = \frac{\text{ФОП}_{\text{кп}} \cdot K_i^{\text{кп}} \cdot \text{КТУ}_i \cdot T_i}{\sum_{i=1}^n K_i^{\text{кп}} \cdot \text{КТУ}_i \cdot T_i}, \quad (7.17)$$

де $ЗП_i$ – індивідуальна заробітна плата, грн;

$\text{ФОП}_{\text{кп}}$ – фонд оплати праці колективу (дільниці цеху), який підлягає розподілу між працівниками, грн;

$K_i^{\text{кп}}$ – коефіцієнт кваліфікаційного рівня, який присвоєно i -му працівникові трудовим колективом у момент введення «бестарифної» системи (в балах, частинах одиниці або інших умовних одиницях);

КТУ_i – коефіцієнт трудової участі в поточних результатах діяльності, який присвоюють i -му працівникові трудовим колективом на період, за який здійснюється оплата;

T_i – кількість робочого часу, відпрацьованого i -м працівником за період, за який здійснюється оплата (год., дні);

$i = 1, 2, \dots, n$ – кількість працівників, які беруть участь у розподілі фонду оплати праці, осіб.

В умовах становлення ринкової економіки, подальшої індивідуалізації заробітної плати, дедалі більшого поширення набуває *контрактна система оплати праці*, яка може застосовуватися поряд з існуючою на підприємстві системою оплати праці.

7.6 Система показників для оцінки чисельності, стану, руху робочої сили на підприємстві

Чисельність працівників є найважливішим кількісним показником, що характеризує стан і рух трудових ресурсів підприємства. Чисельність вимірюється такими показниками, як облікова, явочна і середньооблікова чисельність працівників.

Облікова чисельність працівників підприємства – це показник чисельності працівників облікового складу на певне число чи дату. Цей показник враховує чисельність усіх працівників підприємства, прийнятих на постійну, сезонну і тимчасову роботу відповідно до укладених трудових договорів (контрактів). До облікової чисельності включають працівників, котрі прийняті на роботу в той день, на дату якого визначається показник, та виключають працівників, що вибули в той самий день. До облікової чисельності не включають працівників, які працюють за договорами цивільно-правового характеру, за зовнішнім та внутрішнім сумісництвом, прийняті для виконання разових робіт тощо.

Явочний склад характеризує число працівників облікового складу, що з'явилися на роботу в даний день, включаючи відряджених. Це необхідна чисельність робітників для виконання виробничого змінного завдання по випуску продукції.

Середньооблікова чисельність – це чисельність працівників у середньому за визначений період (місяць, квартал, з початку року, за рік).

Середньооблікова чисельність працівників за місяць розраховують діленням суми облікової чисельності за всі календарні дні місяця, включаючи святкові і вихідні дні, на кількість календарних місяця.

Склад і структура трудових ресурсів підприємства не є постійною величиною, вони змінюється відповідно до змін умов господарювання.

Рух робочої сили – являє собою процес поповнення вивільнення та переміщення облікової чисельності працівників.

Для оцінки руху персоналу користуються наступними показниками:

1) *коефіцієнт обороту з прийому*, визначають за формулою

$$K_{np} = \frac{Ч_{np}}{Ч_{cp}} * 100\% \quad (7.18)$$

де $Ч_{np}$ – чисельність прийнятих працівників за аналізований період, чол.;

$Ч_{cp}$ – середньооблікова чисельність робітників підприємства за аналізований період, чол.;

2) коефіцієнт обороту з вибуття:

$$K_{\text{виб}} = \frac{Ч_{зв}}{Ч_{\text{ср}}} * 100\% \quad (7.19)$$

де $Ч_{зв}$ – чисельність робітників, які вибули на підприємстві протягом року.

3) коефіцієнт загального обороту:

$$K_{\text{об.заг.}} = \frac{Ч_{\text{пр}} + Ч_{зв}}{Ч_{\text{ср}}} \quad (7.20)$$

4) коефіцієнт плинності кадрів:

$$K_{\text{пл.}} = \frac{Ч'_{зв}}{Ч_{\text{ср.річн.}}} \quad (7.21)$$

де $Ч'_{зв}$ – чисельність робітників, які вибули на підприємстві протягом року за власним бажанням та за порушення трудової дисципліни.

7.7 Методичні підходи до планування чисельності окремих категорій працівників підприємства

Визначення планової чисельності робітників може відбиватися різними методами:

Корегування планової чисельності промислово-виробничого персоналу ($Ч_{\text{пл}}$) здійснюється за формулою:

$$Ч_{\text{пл}} = Ч_{зв} * \frac{I_Q}{I_{\text{пр}}}, \quad (7.22)$$

де $Ч_{зв}$ – чисельність промислово-виробничого персоналу у звітному періоді, чол.;

I_Q – індекс зміни обсягу виробництва в плановому році, порівняно із звітним;

$I_{\text{пр}}$ – індекс зміни продуктивності праці в плановому році, порівняно із звітним.

Планова чисельність основних робітників ($Ч_{\text{пл}}$) визначається трьома методами:

1. За трудомісткістю виробничої програми:

$$Ч_{\text{пл}} = \frac{T_{\text{ВП}}}{\Phi_{\text{еф}} * K_{\text{вн}}}, \quad (7.23)$$

де $T_{\text{ВП}}$ – повна трудомісткість виробничої програми, людино-годин.;

$\Phi_{\text{еф}}$ – плановий ефективний фонд часу роботи одного робітника за розрахунковий період, годин (визначається за балансом робочого часу середньооблікового робітника);

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

1. За нормами виробітку:

$$Ч_{пл} = \frac{Q}{\Phi_{ef} * K_{вн} * H_{вир}}, \quad (7.24)$$

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

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

3. За нормами обслуговування (визначається чисельність основних робітників, зайнятих на ненормованих роботах – контроль технологічного процесу, управління апаратами, машинами та іншим устаткуванням та ін.):

$$Ч_{пл} = \frac{N * K_{зм}}{K_{об} * H_{об}}, \quad (7.25)$$

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

$K_{зм}$ – кількість змін роботи устаткування;

$K_{об}$ – коефіцієнт облікового складу, що обчислюється як відношення явочної чисельності робітників до облікової;

$H_{об}$ – норма обслуговування устаткування одним робітником (кількість одиниць устаткування, яке має обслуговуватися одним робітником або бригадою робітників), од.

$$H_{об} = \frac{\Phi}{T_{но}}, \quad (7.26)$$

де Φ – фонд робочого часу (за зміну, місяць);

$T_{но}$ – норма часу обслуговування.

Планова чисельність допоміжних робітників визначається аналогічно кількості основних робітників, якщо для них встановлені певні норми виробітку чи обслуговування. Якщо ж такі норми не встановлені то чисельність допоміжних робітників (кранівників, комірників, комплектувальників та ін), обчислюється за кількістю робочих місць:

$$Ч_{пл} = \frac{K_{рм} * K_{зм} * D_n}{D_{роб}}, \quad (7.27)$$

де $K_{рм}$ – кількість робочих місць допоміжних робітників;

$K_{зм}$ – кількість змін роботи підприємства;

D_n – дні роботи підприємства у розрахунковому періоді;

$D_{роб}$ – дні роботи, які припадають на одного робітника у розрахунковому періоді.

Чисельність керівників, спеціалістів, службовців визначається на основі затвердженого на підприємстві штатного розпису, в якому встановлюється кількість працівників з кожної з вказаних груп згідно з діючими нормативами чисельності.



Питання для самоконтролю знань:

1. Охарактеризуйте сутність та функціональний склад персоналу підприємства.
2. Розкрийте сутність понять: професія, спеціальність, кваліфікація. З'ясуйте різницю між ними.
3. Що таке рух персоналу? Які показники характеризують рух персоналу?
4. Дайте визначення продуктивності праці. Якими показниками вона характеризується?
5. Що характеризує виробіток? У яких показниках він вимірюється і як обчислюється?
6. Що відображає трудомісткість? У яких показниках вона вимірюється і як обчислюється?
7. Назвіть фактори зростання продуктивності праці.
8. Охарактеризуйте заробітну плату як економічну категорію. Які функції виконує заробітна плата в ринковій економіці?
9. Які основні принципи організації заробітної плати?
10. Назвіть основні елементи організації праці.
11. У чому полягає державне регулювання оплати праці? Назвіть сфери державного регулювання оплати праці.
12. Розкрийте сутність тарифної системи.
13. Які основні елементи тарифної системи?
14. Яка сутність погодинної форми оплати праці? Які системи погодинної форми оплати праці Ви знаєте?
15. Розкрийте сутність відрядної форми оплати праці. Які системи відрядної форми оплати праці існують та в чому вони полягають?
16. У чому полягає сутність безтарифних моделей оплати праці?
17. Дайте характеристику структури заробітної плати. Які складові формують фонд заробітної плати працівників?
18. Як розраховується планова чисельність персоналу підприємства?
19. Охарактеризуйте сутність показників чисельності персоналу підприємства.
20. Охарактеризуйте сутність облікової, явочної чисельності персоналу підприємства.

ТЕМА 8 МАЙНОВІ РЕСУРСИ (АКТИВИ) ПІДПРИЄМСТВА



Питання для теоретичної підготовки:

1. Сутність та класифікація активів підприємства.
2. Поняття, склад та класифікація необоротних активів підприємства.
3. Основні засоби підприємства: поняття, функціонально-елементний склад та оцінка.
4. Знос та амортизація основних засобів: поняття, вимірювання та методи нарахування.
5. Системи показників технічного стану й руху основних засобів підприємства.
6. Показники та шляхи підвищення ефективності використання основних засобів.
7. Сутність, класифікація, особливості відтворення нематеріальних активів підприємства.
8. Оборотні активи підприємства: сутність, функціонально-елементний склад та особливості кругообігу.
9. Запаси: сутність, класифікація, види вартості та методи оцінювання вибуття.
10. Дебіторська заборгованість підприємства: сутність, склад, види вартості.
11. Сутність і класифікація грошових активів підприємства та їх еквівалентів.
12. Методи визначення планового обсягу оборотних активів підприємства.
13. Показники та шляхи підвищення ефективності використання оборотних активів підприємства.



Ключові поняття:

активи, необоротні активи, основні засоби, оцінка основних фондів, знос, амортизація, норма амортизаційних відрахувань, коефіцієнт зносу, коефіцієнт придатності, коефіцієнт надходження, коефіцієнт вибуття, фондовіддача, фондомісткість, фондорентабельність, фондоозброєність праці робітників, нематеріальні активи, патент, ліцензія, оборотні активи, оборотні фонди, фонди обігу, кругообіг оборотних активів, операційний цикл, виробничий цикл, фінансовий цикл, запаси, дебіторська заборгованість, дебітори, грошові активи підприємства, еквіваленти грошових коштів, нормування оборотних коштів, коефіцієнт оборотності оборотних активів; період обороту оборотних активів

8.1 Сутність та класифікація активів підприємства

Активи – це економічні ресурси підприємства у формі сукупних майнових цінностей, які використовуються в господарській діяльності з метою отримання прибутку. Класифікацію активів підприємства наведено на рисунку 8.1.

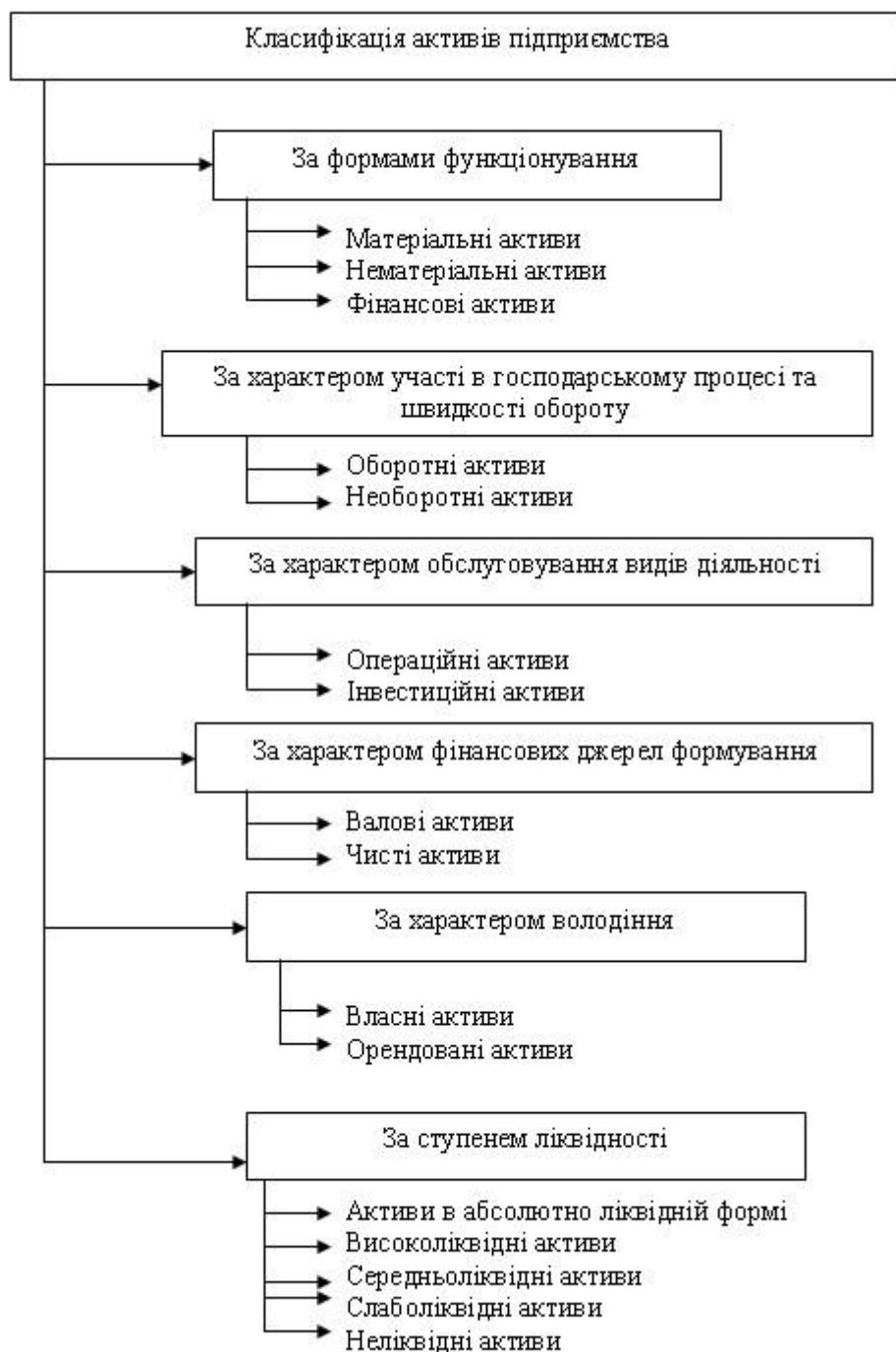


Рисунок 8.1 – Класифікація активів підприємства

8.2 Поняття, склад та класифікація необоротних активів підприємства

Під *необоротними активами* треба розуміти активи, що використовуються підприємством у його діяльності протягом тривалого періоду часу (більше одного року) та від використання яких підприємство отримає в майбутньому економічні вигоди; та їх вартість може бути достовірно визначена.

До необоротних активів належать:

- нематеріальні активи;
- основні засоби;
- довгострокові фінансові інвестиції;
- довгострокову дебіторську заборгованість;
- відстрочені податкові активи.

Необоротні активи є найменш мобільною частиною майна підприємства, основна відмінність якої полягає в багаторазовому використанні в процесі господарської діяльності і частковій амортизації і на протязі кожного операційного циклу.

8.3 Основні засоби підприємства: поняття, функціонально-елементний склад та оцінка

Основні засоби – це частина виробничих засобів підприємства, яка багатократно приймає участь у виробничому процесі, зберігаючи при цьому свою натуральну форму, переносить свою вартість на готовий продукт по часткам шляхом нарахування амортизації.

Основні засоби підприємства можна класифікувати за певними ознаками:

I. *За участю у виробничому процесі* підприємства (за призначенням):

– *виробничі* – засоби, які безпосередньо приймають участь у виробничому процесі або створюють для нього відповідні умови;

– *невиробничі* – засоби, які безпосередньо не приймають участі у виробничому процесі і не створюють для нього умов, але є на балансі підприємства для забезпечення культурно-побутових і інших потреб працівників підприємства.

II. *По відношенню до основного виду діяльності:*

- основні засоби основного виду діяльності,
- основні засоби інших видів діяльності.

III. *За галузевою належністю:*

- основні засоби промисловості;
- основні засоби сільського господарства;
- основні засоби будівництва;

- основні засоби торгівлі;
- основні засоби транспорту;
- тощо.

IV. Видова (технологічна) класифікація:

– (в залежності від однотипності технічних характеристик), згідно з П(С)БО7 (використовується чинними системами бухгалтерського обліку та статистики) основні засоби підприємства діляться на 2 групи:

1. Основні засоби:

- 1.1 земельні ділянки;
- 1.2 капітальні витрати на поліпшення земель;
- 1.3 будівлі та споруди, передавальні пристрої;
- 1.4 машини і обладнання;
- 1.5 транспортні засоби;
- 1.6 інструменти, прилади, інвентар (меблі);
- 1.7 тварини;
- 1.8 багаторічні насадження та плодоносні рослини;
- 1.9 інші види основних засобів.

2. Інші необоротні матеріальні активи:

- 2.1 бібліотечні фонди;
- 2.2 малоцінні необоротні матеріальні активи;
- 2.3 тимчасові (нетитульні) споруди;
- 2.4 природні ресурси;
- 2.5 інвентарна тара;
- 2.6 предмети прокату;
- 2.7 інші види необоротних матеріальних активів.

V. З метою здійснення податкового обліку основні засоби підлягають розподілу за такими групами:

Групи	Мінімальний строк корисного використання, років (п. 138.3.3 ПКУ)
1	2
група 1 – земельні ділянки	–
група 2 – капітальні витрати на поліпшення земель, не пов'язані з будівництвом	15
група 3 – будівлі,	20
споруди,	15
передавальні пристрої	10
група 4 – машини та обладнання	5
з них: електронно-обчислювальні машини, інші машини для автоматичного оброблення інформації, пов'язані з ними засоби зчитування або друку інформації й ін.	2

Продовження

1	2
група 5 – транспортні засоби	5
група 6 – інструменти, прилади, інвентар (меблі)	4
група 7 – тварини	6
група 8 – багаторічні насадження	10
група 9 – інші основні засоби	12
група 10 – бібліотечні фонди	-
група 11 – малоцінні необоротні матеріальні активи	-
група 12 – тимчасові (нетитульні) споруди	5
група 13 – природні ресурси	-
група 14 – інвентарна тара	5
група 15 – предмети прокату	6
група 16 – довгострокові біологічні активи	7

VI. За використанням:

- діючі;
- недіючі;
- запасні.

VII. За ознакою належності:

- власні;
- орендовані.

VIII. За участю у виробничих процесах:

- активні – частина основних виробничих засобів, яка безпосередньо бере участь у виробничому процесі;
- пасивні – частина основних виробничих засобів, яка створює умови здійснення виробничого процесу.

Часто виникає потреба в оцінці різних **структур** основних засобів: визначенні частки тієї чи іншої групи основних засобів у їх загальній вартості. Основою для визначення структури основних засобів є їх розподіл за різними ознаками. Частіше за все визначають: *галузеву, видову, виробничу (розподіл на активну та пасивну частини)* структури.

Оцінка основних засобів підприємства – це грошове вираження їхньої вартості, в залежності від часу придбання і технічного стану.

Розрізняють такі види оцінки основних фондів:

- **первісна вартість** – фактична собівартість основних засобів у сумі грошових коштів, сплачених або використаних для придбання (створення) основних засобів;
- **переоцінена (відновлена) вартість** – вартість діючих основних засобів за сучасних умов виробництва;
- **залишкова вартість** – вартість основних засобів, ще не перенесена на вартість виготовленої продукції. Визначається як різниця між первісною

(переоціненою) вартістю і сумою спрацювання основних засобів на момент обчислення;

– *ліквідаційна вартість* – залишкова вартість основних засобів на момент їхнього вибуття внаслідок спрацювання;

– *вартість, яка амортизується* – та вартість, яка повинна бути перенесена на витрати (це первісна або переоцінена вартість основних засобів за вирахуванням їх ліквідаційної вартості).

Середньорічна вартість (ОФ_{с.р.}) – середньозважена повна вартість основних засобів за рік.

$$\text{ОФ}_{\text{с.р.}} = \text{ПВ}_{\text{п.р.}} + \text{ПВ}_{\text{н.}} * T/12 - \text{ПВ}_{\text{в.}} * (12 - T) / 12, \quad (8.1)$$

де $\text{ПВ}_{\text{п.р.}}$ – повна вартість основних засобів на початок року;

$\text{ПВ}_{\text{н.}}$ – повна вартість основних засобів, що надійшли в розрахунковому році;

$\text{ПВ}_{\text{в.}}$ – повна вартість основних засобів, що вибули з експлуатації в розрахунковому році.

T – кількість повних місяців функціонування основних засобів, що введені в експлуатацію (вибули з експлуатації) за рік.

8.4 Знос та амортизація основних засобів: поняття, вимірювання та методи нарахування

Знос – це втрата основними засобами початкових техніко-експлуатаційних якостей (споживчої вартості) і реальної вартості.

Розрізняють дві форми зносу:

– фізичний – втрата основними засобами початкових якостей внаслідок експлуатації та /або впливу природно-кліматичних умов;

– моральний – знецінення діючих засобів праці до настання повного фізичного зносу під впливом науково-технічного прогресу.

Амортизація – це процес поступового відшкодування зносу основних засобів шляхом включення частини їх вартості у витрати на виробництво продукції.

У загальному вигляді величина амортизаційних відрахувань визначається як добуток вартості основних засобів ($V_{\text{оф}}$) і норми амортизаційних відрахувань (N_a):

$$\text{АВ} = V_{\text{оф}} * N_a / 100, \quad (8.2)$$

Норма амортизаційних відрахувань – частина вартості основних засобів у відсотковому вираженні, що підлягає перенесенню на собівартість продукції.

У практиці господарювання можуть застосовуватися різні методи нарахування амортизації, які поділяються на рівномірні й нерівномірні.

Рівномірний метод передбачає процес рівномірного зносу основних засобів протягом терміну використання. Річна сума амортизаційних відрахувань визначається діленням вартості, що амортизується, на очікуваний період часу використання об'єкта основних засобів:

$$AB = ПВ * N_a / 100, \quad (8.3)$$

$$N_a = 100 / T, \quad (8.4)$$

де T – нормативний строк функціонування основних засобів у роках.

Прискорені методи амортизації дозволяють відшкодувати більшу частину (до 60–75 %) вартості основних засобів у першу половину терміну їх використання, що сприяє оновленню основних засобів. До них відносять:

– *метод зменшення залишкової вартості*, за яким річна сума амортизації визначається як добуток залишкової вартості об'єкта на початок звітнього року або первісної вартості на дату початку нарахування амортизації та річної норми амортизації. Річна норма амортизації (у відсотках) обчислюється як різниця між одиницею і результатом кореня ступеня кількості років корисного використання об'єкта з результату від ділення ліквідаційної вартості об'єкта на його первісну вартість:

$$AB = 3B * N_a / 100 \quad (8.5)$$

$$N_a = 1 - \sqrt[T]{\frac{\Phi_{л}}{\Phi_{пер}}} * 100\% \quad (8.6)$$

– *метод прискореного зменшення залишкової вартості* передбачає розрахунок амортизаційних відрахувань як добуток залишкової вартості об'єкта на початок звітнього року та річної норми амортизації, що обчислюється, виходячи із строку корисного використання об'єкта, і подвоюється:

$$AB = 3B * N_a / 100, \quad (8.7)$$

$$N_a = 2 * 100 / T \quad (8.8)$$

– *кумулятивний метод (метод суми чисел років строку використання)*, за яким річна сума амортизації визначається як добуток вартості, що амортизується, та кумулятивного коефіцієнта. Кумулятивний коефіцієнт розраховується діленням кількості років, що залишаються до кінця очікуваного строку використання об'єкта основних засобів, на суму числа років його корисного використання:

$$AB = ПВ * N_a / 100, \quad (8.9)$$

$$N_a = (T - i + 1) * 100 / \Sigma T, \quad (8.10)$$

де T – нормативний термін використання основних засобів у роках.

i – порядковий номер року строку використання, на момент якого здійснюється розрахунок.

– *виробничий метод*, за яким місячна сума амортизації визначається як добуток фактичного місячного обсягу продукції (у натуральному вираженні) та виробничої ставки амортизації. Виробнича ставка амортизації обчислюється діленням вартості, що амортизується, на загальний обсяг продукції, який підприємство очікує виробити з використанням об'єкта основних засобів:

$$AB = Q_{\text{міс}} * N_a / 100, \quad (8.11)$$

$$N_a = \text{ПВ} / \Sigma Q_{\text{заг}} * 100, \quad (8.12)$$

де $Q_{\text{міс}}$ – місячний обсяг виробництва продукції;

$Q_{\text{заг}}$ – загальний обсяг виробництва продукції, що підприємство очікує випустити за весь термін експлуатації об'єкта основних засобів.

8.5 Системи показників технічного стану й руху основних засобів підприємства

Рівень технічного стану основних засобів визначається такими показниками:

– *коефіцієнтом зносу*, що характеризує ступінь фізичного зносу основних засобів:

$$K_{\text{зн}} = \frac{Z}{O\Phi_{\text{ПЕР}}} * 100\%, \quad (8.13)$$

де Z – сума зносу основних засобів, тис. грн.;

$O\Phi_{\text{ПЕР}}$ – первісна вартість основних засобів, тис. грн.

– *коефіцієнтом придатності*, що характеризує ступінь придатності до експлуатації основних засобів:

$$K_{\text{прид}} = \frac{O\Phi_{\text{ЗАЛ}}}{O\Phi_{\text{ПЕР}}} * 100\%, \quad (8.14)$$

де $O\Phi_{\text{ЗАЛ}}$ – залишкова вартість основних засобів, тис. грн.

Для оцінки *інтенсивності руху основних засобів* на підприємстві використовують такі показники:

– *коефіцієнт надходження*:

$$K_n = \frac{O\Phi_n}{O\Phi_{\text{к.р.}}}, \quad (8.15)$$

де $O\Phi_n$ – вартість засобів, що надійшли за певний період часу на підприємство;

$O\Phi_{\text{к.р.}}$ – вартість основних засобів (повна) на кінець року.

– коефіцієнт вибуття:

$$K_6 = \frac{O\Phi_6}{O\Phi_{n.p.}}, \quad (8.16)$$

де $O\Phi_6$ – вартість засобів, що вибули з підприємства за певний період часу;
 $O\Phi_{n.p.}$ – вартість основних засобів (повна) на початок року.

8.6 Показники та шляхи підвищення ефективності використання основних засобів

Ефективність використання основних засобів характеризує система узагальнюючих та часткових показників.

Узагальнюючі показники:

1 *Фондовіддача* (Φ_6) – показує скільки продукції у вартісному вимірі віддає нам одна гривня, вкладена в основні засоби:

$$\Phi_6 = \frac{Q}{O\Phi_{cp}} \quad (8.17)$$

де Q – обсяг товарної (валової, чистої) продукції підприємства за рік, грн.;

$O\Phi_{cp}$ – середньорічна вартість основних засобів підприємства, грн.

2. Оберненим до фондовіддачі показником є *фондомісткість* (Φ_M) – це питомий показник потреби основних виробничих засобів для забезпечення виконання одиниці робіт або виробництва одиниці продукції:

$$\Phi_M = \frac{O\Phi_{cp}}{Q} \quad (8.18)$$

3. *Фондорентабельність* ($\Phi_{РЕНТ}$) – показує скільки прибутку віддає нам одна гривня, вкладена в основні засоби:

$$\Phi_{РЕНТ} = \frac{\Pi}{O\Phi_{cp}} \quad (8.19)$$

де Π – прибуток, одержаний підприємством за досліджуваний період, грн.

4. *Фондоозброєність праці робітників* ($\Phi_{ОЗБР}$) – характеризує рівень озброєності праці робітників засобами праці:

$$\Phi_{ОЗБР} = \frac{O\Phi_{cp}}{Ч_{cp}} \quad (8.20)$$

де $Ч_{cp}$ – середньооблікова чисельність промислово-виробничого персоналу за досліджуваний період, чол.

Інша група показників – часткові показники – характеризують ефективність використання певної групи однорідних основних засобів (машини, обладнання, транспортні засоби тощо).

В залежності від галузевої належності підприємства визначається коло таких показників. Для характеристики використання засобів праці на більшості підприємств виробничої сфери застосовують три групи:

- показники екстенсивного використання основних виробничих засобів – відображають використання засобів протягом певного часу,
- показники інтенсивного використання основних виробничих засобів – відображають рівень використання засобів по потужності або продуктивності,
- інтегральні показники використання основних виробничих засобів – враховують сукупний вплив усіх факторів: екстенсивних й інтенсивних.

Основні фактори покращення використання основних засобів:

- підвищення коефіцієнту змінності роботи виробничого устаткування обладнання;
- скорочення внутрішньозмінних простоювань;
- зменшення кількості недіючого устаткування, виведення з експлуатації зайвого та швидке залучення у виробництво невстановленого устаткування;
- покращення технічного обслуговування та ремонту;
- покращення технологічної структури основних засобів підприємства – збільшення долі активної частини;
- вдосконалення системи планування та обліку роботи активної частини основних засобів;
- вдосконалення процесу відтворення основних засобів.

8.7 Сутність, класифікація, особливості відтворення нематеріальних активів підприємства

Нематеріальні активи – це категорія, яка виникає внаслідок володіння правами на об'єкти інтелектуальної власності або на обмежені ресурси та їхнього використання в господарській діяльності з отримання доходу.

До складу нематеріальних активів включають:

1. *Права користування природними ресурсами* (право користування надрами, іншими ресурсами природного середовища, геологічною та іншою інформацією про природне середовище).

2. *Права користування майном* (право користування будівлею, право на оренду приміщень тощо).

3. *Права на знаки для товарів і послуг* (товарні знаки, торгові марки, фірмові назви тощо).

4. *Права на об'єкти промислової власності* (винаходи, корисні моделі, промислові зразки тощо).

5. Авторські та суміжні з ними права (право на літературні та музичні твори, програми для ЕОМ, бази даних тощо).

6. Гудвіл – ділова репутація підприємства.

Інші нематеріальні активи (право на впровадження діяльності, використання економічних та інших привілеїв, права на використання на підприємстві нетрадиційних об'єктів інтелектуальної власності).

Реалізація права власності на нематеріальні ресурси можлива або через їх використання самим власником, або надання з його дозволу такого права іншим. Така передача права використання здійснюється у формі ліцензійної угоди. *Ліцензія* – це дозвіл на використання технічного досягнення або нематеріального ресурсу протягом певного строку за обумовлену винагороду.

Розрахунки за ліцензії можуть бути у вигляді:

- *роялті* – періодичних відрахувань протягом дії ліцензійної угоди;
- *паушальної виплати* – одноразової винагороди за право користування об'єктами ліцензійної угоди (фактична ціна ліцензії).

Визначення інвентарної вартості нематеріальних активів проводять за двома видами оцінок:

– за *первісною вартістю* $C_{НМА}^{ПЕРВ}$ – враховує всі фактичні витрати, пов'язані зі створенням, придбанням, або запровадженням об'єкту інтелектуальної власності;

– за *залишковою вартістю* $C_{НМА}^{ЗАЛ}$ – визначається як різниця між первісною вартістю і сумою накопиченого зносу:

$$C_{НМА}^{ЗАЛ} = C_{НМА}^{ПЕРВ} - \sum ЗНОСУ \quad (8.21)$$

Нарахування амортизації НМА здійснюється протягом строку їх корисного використання, який встановлюється підприємством самостійно.

Згідно з Податковим Кодексом нарахування амортизації нематеріальних активів здійснюється протягом таких строків (табл. 8.1).

Таблиця 8.1 – Строки нарахування амортизації нематеріальних активів

Групи	Строк дії права користування
група 1 – права користування природними ресурсами);	відповідно до правовстановлюючого документа
група 2 – права користування майном;	
група 3 – права на комерційні позначення;	
група 4 – права на об'єкти промислової власності;	відповідно до правовстановлюючого документа, але не менш як 5 років
група 5 – авторське право та суміжні з ним;	відповідно до правовстановлюючого документа, але не менш як 2 роки
група 6 – інші нематеріальні активи	відповідно до правовстановлюючого документа

Якщо відповідно до правовстановлюючого документа строк дії права користування нематеріального активу не встановлено, такий строк становить 10 років безперервної експлуатації.

Амортизація може нараховуватися будь-яким методом, наведеним для основних засобів, але частіше за все використовують *прямолінійний* метод. Ліквідаційна вартість нематеріальних активів дорівнює нулю.

8.8 Оборотні активи підприємства: сутність, функціонально-елементний склад та особливості кругообігу

Оборотні активи (кошти) – це сукупність грошових коштів підприємства, необхідних для формування та забезпечення кругообігу виробничих оборотних фондів та фондів обігу.

Функціональна роль оборотних активів в процесі виробництва принципово відрізняється від необоротних активів – вони забезпечують неперервність процесу виробництва.

Склад і класифікація оборотних коштів може бути представлена у вигляді схеми на рисунку 8.2.

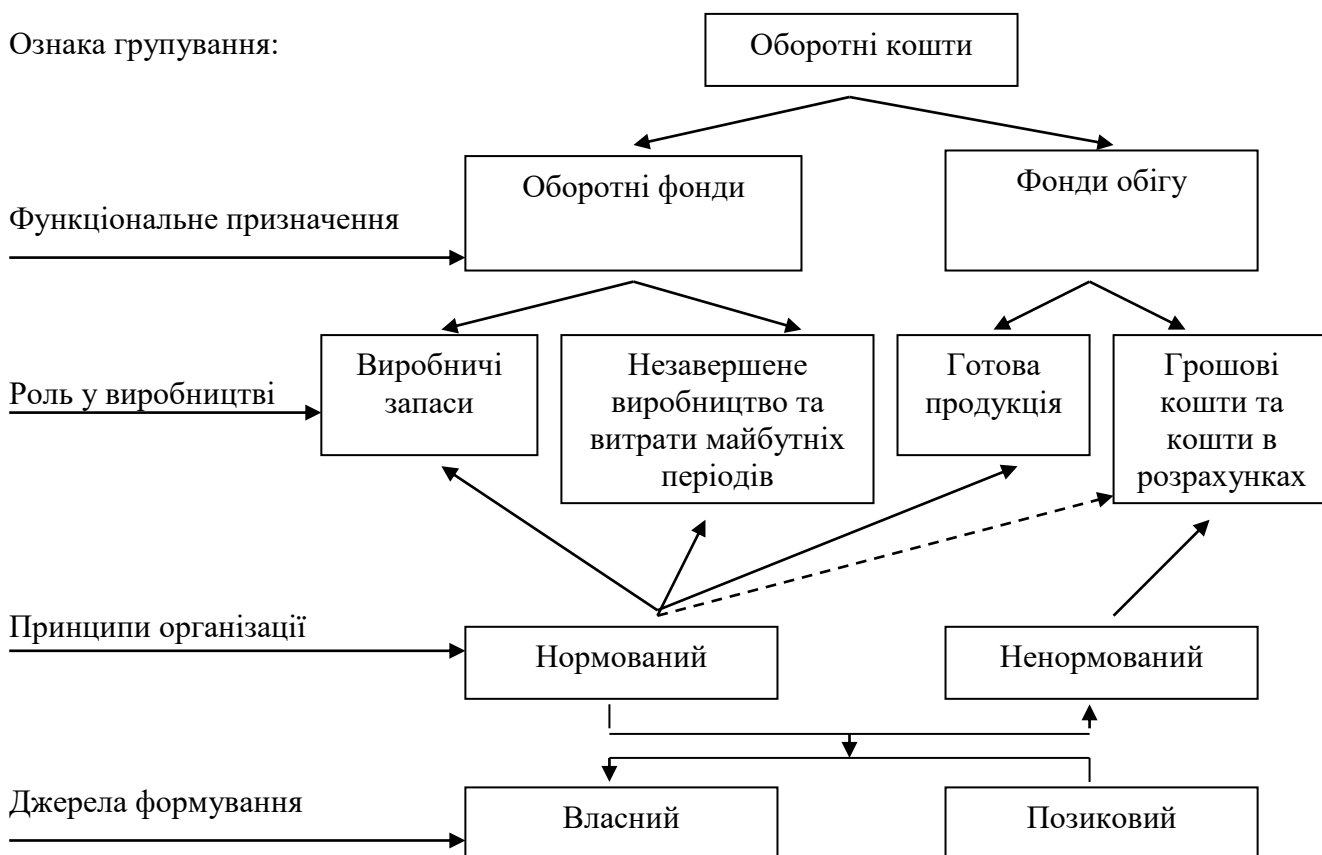


Рисунок 8.2 – Елементний склад оборотних коштів підприємства

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

До складу оборотних фондів відносять:

- виробничі запаси;
- незавершене виробництво;
- витрати майбутніх періодів.

Фонди обігу – функціонують у сфері обігу (реалізації товару) і не беруть безпосередньої участі у створенні вартості продукції, що виготовляється. Вони обслуговують виробництво. До фондів обігу відносяться:

- готова продукція на складах підприємства;
- готова продукція, що відвантажена і знаходиться у дорозі, або роботи виконані але, за які не здійснена оплата;
- грошові кошти на поточному та інших рахунках;
- короткострокові фінансові вкладення (вклади на депозит, облігації, сертифікати банків);
- товари (засоби придбані для подальшої реалізації);
- готівка в касі.

Кругообіг оборотних активів – процес їх безперервного руху при здійсненні господарської діяльності, який супроводжується послідовною трансформацією їх видів та зміною вартості:

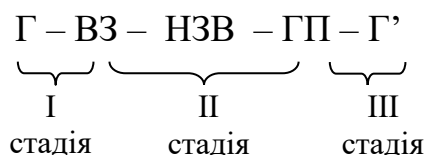


Рисунок 8.3 – Стадії кругообігу оборотних коштів

Рухаючись по стадіях кругообігу послідовно й безперервно, обігові кошти в кожний даний момент повинні перебувати в певній своїй частині у всіх трьох формах: грошовій, товарній, виробничій. Це умова безперервності виробничого процесу.

Кругообіг оборотних активів підприємства характеризується такими основними показниками: довжина виробничого, операційного та фінансового циклів.

Операційний цикл – проміжок часу між придбанням запасів для здійснення діяльності та отриманням коштів від реалізації виробленої з них продукції або товарів і послуг.

Виробничий цикл – розпочинається з моменту надходження матеріалів на склад підприємства і закінчується в момент відвантаження покупцю продукції, що була виготовлена з даних матеріалів.

Фінансовий цикл – розпочинається з моменту оплати постачальникам матеріалів (погашення кредиторської заборгованості) і закінчується в момент отримання грошових коштів від покупців за відвантажену продукцію (погашення кредиторської заборгованості).

Під складом *оборотних коштів* розуміють сукупність окремих елементів оборотних виробничих фондів і фондів обігу.

Загальна структура оборотних коштів – це питома вага вартості оборотних виробничих фондів і фондів обігу в загальній сумі оборотних коштів підприємства.

Елементна структура оборотних коштів розраховується шляхом визначення питомої ваги окремих елементів у їхньому загальному обсязі на певну дату.

Оборотні кошти підприємства за джерелами формування і режиму використання розподіляються на:

– *власні оборотні кошти* – це кошти, що постійно перебувають у розпорядженні підприємства й сформовані за рахунок власних ресурсів (статутного капіталу, прибутку й ін.), а також за рахунок залучення в оборот стійких пасивів (заборгованості із заробітної плати, внесків на соціальне страхування, заборгованості перед бюджетом, резервів майбутніх платежів, тощо);

– *позикові оборотні кошти* – кредити банку, кредиторська заборгованість та інші пасиви.

Залежно від методів планування оборотні кошти поділяються на:

– *нормовані* – оборотні кошти у виробничих запасах, незавершеному виробництві, витратах майбутніх періодів, у залишках готової продукції на складах підприємства;

– *ненормовані* – фонди обігу за винятком готової продукції на складі.

8.9 Запаси: сутність, класифікація, види вартості та методи оцінювання вибуття

З економічної точки зору **запаси** – це матеріальна частина оборотних активів підприємства, яка використовується у виробничому процесі однократно для забезпечення безперервної операційної діяльності.

Розрізняють такі групи виробничих запасів:

– сировина, основні і допоміжні матеріали; комплектуючі вироби та інші матеріальні цінності, які призначені для виробництва продукції, виконаних

- робіт, надання послуг, обслуговування виробництва й адміністративних потреб;
- незавершене виробництво у вигляді незакінчених обробкою та збіркою деталей, вузлів і незакінчених технологічних процесів;
 - готова продукція, яка виготовлена на підприємстві, призначена для продажу;
 - товари у вигляді матеріальних запасів, які придбані (одержані) й утримуються підприємством з метою подальшого продажу;
 - малоцінні і швидкозношувані предмети, які використовуються протягом не більше одного року або нормального операційного циклу, якщо він більше одного року;
 - інші матеріали.
- Придбані (отримані) або вироблені запаси зараховуються на баланс підприємства за первісною вартістю, в яку включаються витрати на придбання, транспортно-заготівельні й інші витрати.
- Згідно зі світовою практикою та положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку, при відпуску запасів у виробництво та іншому вибутті оцінка їх здійснюється за одним з таких методів:
- *ідентифікованої собівартості відповідної одиниці запасів* – якщо вони відпускаються для спеціальних замовлень і проектів та не замінюють один одного;
 - *середньозваженої собівартості* – проводиться по кожній номенклатурній позиції запасів;
 - собівартості перших за часом надходження запасів (ФІФО) – передбачає, що запаси використовуються у тій послідовності, у якій вони надходили на підприємство. Тобто запаси, які першими відпускаються у виробництво, оцінюються за собівартістю перших за часом надходжень. При цьому вартість залишку запасів на кінець звітного періоду визначається за собівартістю останніх за часом надходження запасів;
 - собівартості останніх за часом надходження запасів (ЛІФО) – передбачає, що запаси використовуються у послідовності, яка протилежна їх надходженню на підприємство. Тобто запаси, які першими надходять у виробництво, оцінюються за собівартістю останніх за часом надходжень. При цьому вартість залишку запасів на кінець звітного місяця визначається за собівартістю перших за часом одержання запасів.
 - нормативних затрат – полягає у застосуванні норм витрат на одиницю продукції, які встановлені підприємством з урахуванням нормальних рівнів використання запасів, праці, виробничих потужностей і діючих цін;

– ціни продажу – є характерною для підприємства роздрібною торгівлі і базується на застосуванні середнього процента торгівельної націнки товарів.

Вибір того чи іншого методу оцінки виробничих запасів має велике економічне значення: він впливає на економічні результати (величину прибутку, а отже і величину податків) діяльності підприємства.

8.10 Дебіторська заборгованість підприємства: сутність, класифікація, види вартості

Дебіторська заборгованість представляє собою суму заборгованості юридичних та фізичних осіб (дебіторів) на користь підприємства.

Залежно від строку погашення та зв'язку з нормальним операційним циклом, дебіторську заборгованість поділяють на:

– довгострокову – це сума дебіторської заборгованості, яка не виникає в ході нормального операційного циклу та буде погашена після дванадцяти місяців з дати балансу;

– поточну – це сума дебіторської заборгованості, яка виникає в ході нормального операційного циклу або буде погашена протягом дванадцяти місяців з дати балансу.

Дебіторську заборгованість також розрізняють *за об'єктами, щодо якої вона виникла*:

– дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги, строк оплати яких не наступив;

– дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги, що неоплачені у вказаний термін;

– дебіторська заборгованість за отриманими векселями;

– дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом;

– дебіторська заборгованість за розрахунками з персоналом;

– інша дебіторська заборгованість.

Залежно від своєчасності погашення дебіторську заборгованість поділяють на:

– дебіторську заборгованість, строк оплати якої не настав (строкова дебіторська заборгованість);

– дебіторська заборгованість, не сплачена в строк (прострочена), у тому числі:

– сумнівна дебіторська заборгованість – це поточна дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги, щодо якої існує невпевненість її погашення боржником.

– безнадійна дебіторська заборгованість – це поточна дебіторська заборгованість, щодо якої існує впевненість про її неповернення боржником або за якою минув строк позивної давності.

Оцінка поточної дебіторської заборгованості ґрунтується на первісній вартості, яка залежить від виду дебіторської заборгованості та особливостей її визнання.

У Балансі відображають первісну та чисту реалізаційну вартість поточної дебіторської заборгованості і резерв сумнівних боргів. У підсумок Балансу включають чисту реалізаційну вартість дебіторської заборгованості, яку визначають як різницю між первісною вартістю дебіторської заборгованості та резервом сумнівних боргів:

8.11 Сутність і класифікація грошових активів підприємства та їх еквівалентів

Згідно з Національними стандартами бухгалтерського обліку *грошові активи підприємства* являють собою *грошові кошти* в касі, на поточних та інших рахунках у банку, які можуть бути використані для поточних операцій та *еквіваленти грошових коштів*.

Класифікація грошових коштів може здійснюватися за різними ознаками:

1) *формою існування*:

- готівкові грошові кошти;
- безготівкові грошові кошти.

2) *видом валюти*:

- грошові кошти в національній валюті;
- грошові кошти в іноземній валюті.

3) *обмеженістю у напрямках використання*:

- грошові кошти без обмежень у напрямках використання;
- грошові кошти з обмеженнями у напрямках використання (грошові кошти, отримані як цільове фінансування; гуманітарна допомога у вигляді грошових коштів тощо).

4) *місцем зберігання*:

- грошові кошти у касі підприємства;
- грошові кошти на рахунках у банку;
- грошові кошти на мікропроцесорі смарт-карток або карток зі збереженою вартістю.

Успішна діяльність підприємства можлива лише за наявності необхідної кількості грошових коштів, яких повинно вистачати для:

- створення запасів сировини і незавершеного виробництва у розмірах, що забезпечать безперервну діяльність;
- підтримки достатнього рівня запасів готової продукції, що гарантує стабільність продаж;
- можливості надання кредитів покупцям.
- виплат за поточними зобов'язаннями.

Під *еквівалентами грошових коштів* розуміють поточні фінансові інвестиції підприємства, початковий строк погашення яких не перевищує три місяці і відносно яких існує впевненість у тому, що вони не зменшать свою вартість протягом періоду їх чинності.

Еквіваленти грошових коштів утримуються для погашення короткострокових зобов'язань, але не для інвестиційних або яких-небудь інших цілей. Отже, еквіваленти грошових коштів можуть виступати як у формі цінних паперів, так і в інших формах (строкових депозитних вкладень).

8.12 Методи визначення планового обсягу оборотних активів підприємства

Нормування оборотних коштів – це економічно обгрунтований розрахунок мінімальної потреби у фінансових ресурсах необхідних підприємству для створення оптимальних запасів товарно-матеріальних цінностей, незменшуваних залишків незавершеного виробництва і інших оборотних коштів, які забезпечують його нормальну роботу.

Норматив – це мінімальна планована сума грошових коштів, що постійно необхідна для забезпечення нормального безперервного процесу виробництва, реалізації продукції та розрахунків.

Потреба в оборотних коштах визначається за одним з трьох методів:

1. *Аналітичний* – метод передбачає ретельний аналіз наявних товарно-матеріальних цінностей з наступним коригуванням фактичних запасів та вилученням з них надлишкових.

2. *Коефіцієнтний* – метод полягає в уточненні чинних на початок розрахункового періоду нормативів власних оборотних коштів згідно зі змінами в цьому періоді показників виробництва, що впливають на величину цих коштів..

3. *Метод прямого рахунку* – це науково обгрунтований розрахунок нормативів за кожним нормованим елементом оборотних коштів з урахуванням усіх змін в технології, організації виробництва, асортименті продукції, умов збуту.

Базовим методом нормування оборотних коштів є метод прямого розрахунку. Нормують оборотні засоби, які знаходяться у виробничих запасах, незавершеному виробництві, витратах майбутніх періодів, залишках готової продукції на складі.

Норматив власних оборотних засобів у виробничих запасах ($H_{\text{вир. зап}}$) визначається шляхом множення денної потреби в певному виді матеріальних ресурсів (D) на норму запасу в днях ($Z_{\text{дн}}$):

$$H_{\text{вир. зап}} = D \times Z_{\text{дн}}. \quad (8.22)$$

Норма запасу ($Z_{\text{дн}}$) показує на скільки днів нормальної безперебійної роботи підприємство може забезпечити виробничий процес матеріальними ресурсами. Розрізняють такі види запасів:

– *транспортний запас* $Z_{\text{ТР}}$ – оборотні кошти вкладаються на період з моменту оплати виставленого постачальником рахунку до прибуття вантажу на склад.

– *підготовчий запас* $Z_{\text{ПДГ}}$ – період часу, необхідний для приймання, складування та підготовки до виробничого споживання матеріальних ресурсів.

– *поточний запас* $Z_{\text{ПОТ}}$ – забезпечує матеріальними ресурсами роботу підприємства у період між поставками. обчислюється як половина інтервалу між поставками.

– *резервний (страховий) запас* $Z_{\text{СТРАХ}}$ – обчислюється за середнім відхиленням фактичних строків поставки від передбачених договором тощо.

Тоді,

$$Z_{\text{дн}} = Z_{\text{ТР}} + Z_{\text{ПДГ}} + Z_{\text{ПОТ}} + Z_{\text{СТРАХ}} \quad (8.23)$$

Норматив власних оборотних засобів у незавершеному виробництві ($H_{\text{нзв}}$) визначається за формулою:

$$H_{\text{нзв}} = \frac{C_p \times T_u \times K_{\text{нз}}}{360}, \quad (8.24)$$

де C_p – собівартість річного випуску продукції, грн.;

T_u – тривалість циклу виготовлення продукції, днів;

$K_{\text{нз}}$ – коефіцієнт наростання затрат.

Коефіцієнт наростання витрат ($K_{\text{нз}}$) відповідає співвідношенню собівартості незавершеного виробництва та собівартості готової продукції.

Його розраховують за фактичними витратами, або за формулою:

$$K_{HB} = \frac{C_{СОБ}^{ПОЧ} + \alpha * (C_{СОБ} - C_{СОБ}^{ПОЧ})}{C_{СОБ}} \quad (8.25)$$

де $C_{СОБ}^{ПОЧ}$ – початкові витрати – на початку виробничого циклу (у перший день), грн.

$C_{СОБ}$ – повна собівартість випуску продукції (за весь виробничий цикл), грн.

α – для багатомономенклатурного виробництва з матеріаломісткою продукцією $\alpha = 0,5$.

Норматив оборотних засобів на готову продукцію ($H_{ГП}$) визначається як добуток одноденного випуску продукції за виробничою собівартістю ($V_{д}$) на норму запасу готової продукції на складі в днях ($Z_{дн}$):

$$H_{ГП} = V_{д} \times Z_{дн} \quad (8.26)$$

Норматив оборотних засобів у витратах майбутніх періодів ($H_{майб.пер}$) розраховують, виходячи із залишків коштів на початок періоду ($V_{поч}$) і суми витрат, які слід буде зробити в плановому році ($V_{пл}$), за мінусом суми для майбутнього погашення витрат за рахунок собівартості продукції ($V_{погаш.пл}$):

$$H_{майб.пер} = V_{поч} + V_{пл} - V_{погаш.пл}. \quad (8.27)$$

8.13 Показники та шляхи підвищення ефективності використання оборотних активів підприємства

Показниками ефективності використання оборотних засобів є:

1) *коефіцієнт оборотності* ($K_{ОБ}$) показує кількість оборотів, що здійснюють оборотні засоби за досліджуваний період і визначається

$$K_{ОБ} = \frac{ЧД}{\overline{ОЗ}} \quad (8.28)$$

де $ЧД$ – вартості реалізованої за певний період продукції, грн.;

($\overline{ОЗ}$) – середній залишок оборотних засобів за цей же період, грн.

2) *коефіцієнт завантаження* (закріплення) ($K_{ЗАВ}$) – показник обернений показнику оборотності; показує, скільки оборотних коштів підприємства припадає на одну гривню реалізованої продукції.

$$K_{ЗАВ} = \frac{\overline{ОЗ}}{ЧД} = \frac{1}{K_{ОБ}} \quad (8.29)$$

3) *тривалість одного обороту* (D_{OB}) показує тривалість одного обороту оборотних засобів в днях і визначається

$$D_{OB} = \frac{T}{K_{OB}} = \frac{T * \overline{OЗ}}{ЧД} \quad (8.30)$$

де T – тривалість періоду, який досліджується. Приймається 30, 90, 360 днів відповідно для місяця, кварталу та року.

Прискорення обертання і скорочення тривалості обороту зменшує потребу підприємства в оборотних коштах і навпаки. Тому визначають такі показники:

– при збільшенні обертання оборотних засобів *розмір вивільнення оборотних коштів*;

– при зниженні обертання оборотних засобів *розмір додаткового залучення в оборот оборотних коштів*.

Суму вивільнених в результаті прискорення оборотності оборотних засобів ($\Delta OЗ$) можна обчислити за формулою:

$$\Delta OЗ = \frac{ЧД_{зв}}{360} \times (T_{баз} - T_{зв}), \quad (8.31)$$

де $ЧД_{зв}$ – обсяг реалізованої продукції у звітному році, грн.;

$T_{баз}$, $T_{зв}$ – середня тривалість одного обороту оборотних засобів відповідно у базовому і звітному роках, днів.

Основні напрямки покращення оборотності оборотних засобів:

– *на стадії створення виробничих запасів:*

– запровадження економічно обґрунтованих норм запасів;

– наближення постачальників матеріальних ресурсів до споживачів;

– широке використання прямих тривалих зв'язків з контрагентами;

– розширення складської системи матеріально-технічного забезпечення,

а також оптової торгівлі матеріалами;

– комплексна механізація та автоматизація навантажувально-розвантажувальних робіт на складах.

– *на стадії незавершеного виробництва:*

– запровадження прогресивної техніки та технологій;

– розвиток стандартизації, уніфікації, типізації;

– економія матеріально-технічних ресурсів.

– *на стадії обігу:*

– удосконалення системи розрахунків;

– додержання умов договорів;

– додержання плану по асортименту та номенклатурі продукції;

– наближення споживачів продукції до підприємств, які її виготовляють.



Питання для самоконтролю знань:

1. Розкрийте економічну сутність активів підприємства.
2. Охарактеризуйте основні види активів підприємства згідно з їх основними класифікаційними ознаками.
3. Дайте визначення сутності основних засобів та охарактеризуйте їх склад.
4. Які види оцінки основних засобів Ви знаєте?
5. Розкрийте сутність амортизації та зносу основних засобів.
6. Охарактеризуйте основні методи нарахування амортизації основних засобів.
7. Охарактеризуйте систему показників стану, руху та ефективності використання основних засобів.
8. Дайте визначення сутності нематеріальних активів та охарактеризуйте їх склад.
9. Розкрийте сутність та надайте класифікацію оборотних активів підприємства.
10. Визначте особливості кругообігу оборотних активів.
11. Визначте зміст виробничого, операційного та фінансового циклів підприємства.
12. Визначте сутність та зміст запасів підприємства.
13. Охарактеризуйте основні методи оцінки запасів.
14. Визначте сутність та основні види дебіторської заборгованості підприємства.
15. Охарактеризуйте особливості грошових активів як складової майнових ресурсів підприємства.
16. Надайте класифікацію грошових коштів підприємства.
17. Визначте методи планування потреби підприємства в оборотних активах.
18. Охарактеризуйте сутність методу прямого розрахунку планування оборотних активів.
19. Розкрийте методи розрахунку нормативів оборотних коштів в окремих елементах (виробничих запасах, незавершеному виробництві тощо).
20. Охарактеризуйте основні показники оборотності оборотних активів підприємства.
21. Визначте основні напрямки покращення оборотності оборотних активів.

ТЕМА 9 ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ (КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА)



Питання для теоретичної підготовки:

1. Сутність, склад, класифікація та джерела формування фінансових ресурсів підприємства.
2. Загальна характеристика та класифікація капіталу підприємства.
3. Кредитування підприємства: поняття, принципи, форми.
4. Поняття структури та вартості капіталу підприємства.



Ключові поняття:

фінансові ресурси, власний капітал, позиковий капітал, кредит, принципи кредитування, факторинг, структура капіталу підприємства, вартість капіталу, середньозважена вартість капіталу, фінансовий важіль (леверидж), ефект фінансового важеля

Розкриття змісту ключових питань теми

9.1 Сутність, склад, класифікація та джерела формування фінансових ресурсів підприємства

Фінансові ресурси – це загальна сума власного, позиченого та залученого капіталу, що використовується підприємствами для формування своїх активів і здійснення господарської діяльності з метою одержання прибутку.

Основними джерелами формування фінансових ресурсів підприємств є:

– власні кошти – статутний фонд, амортизаційні відрахування, валовий дохід та прибуток;

– залучені кошти – це кошти, які не належать підприємству, але внаслідок діючої системи розрахунків постійно перебувають в їх обігу. Формуються вони за рахунок усіх видів кредиторської заборгованості підприємства;

– позичені кошти – кошти, що одержує підприємство на визначений термін, за плату й на умовах повернення. Формуються вони, переважно, за рахунок коротко- і довгострокових кредитів банків (рис. 9.1).

Таблиця 9.1 – Класифікація фінансових ресурсів підприємства

<i>Класифікаційна ознака</i>	<i>Вид фінансових ресурсів</i>
1. Приналежність підприємству	власні; залучені, позичені
2. Джерела формування	внутрішні; зовнішні
3. Часовий період залучення	довгострокові; короткострокові

Усі перелічені джерела беруть участь як у формуванні активів підприємства, так і у здійсненні його виробничо-фінансової діяльності з метою отримання доходу, прибутку.

Фінансові ресурси як джерела формування активів підприємства відображаються у пасиві балансу, а засоби, у тому числі й грошові кошти, - у активі балансу. Сума джерел формування активів підприємства, зафіксована у пасиві балансу, є капіталом підприємства.

Склад фінансових ресурсів, їх обсяги залежать від виду й розміру підприємства, виду його діяльності, обсягів виробництва. Чим більший обсяг виробництва і вища ефективність роботи підприємства, тим більшим є обсяг власних фінансових ресурсів, і навпаки.

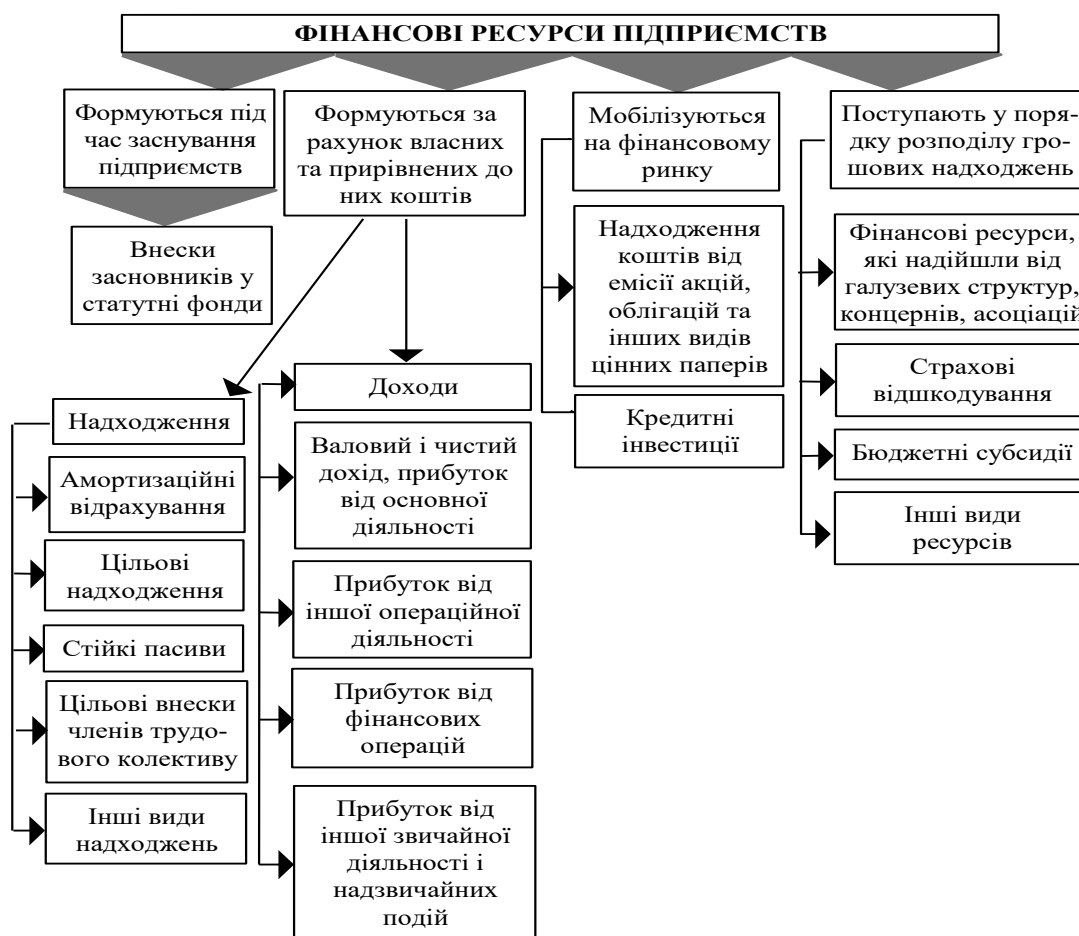


Рисунок 9.1 – Формування фінансових ресурсів підприємства

9.2 Загальна характеристика та класифікація капіталу підприємства

Капітал підприємства характеризує загальну вартість у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, інвестовану у формування його активів.

Розглядаючи економічну сутність капіталу підприємства, слід зазначити такі його характеристики:

- 1) капітал підприємства є основним фактором виробництва;
- 2) капітал характеризує фінансові ресурси підприємства, які забезпечують дохід;
- 3) капітал є головним джерелом формування добробуту його власників;
- 4) капітал підприємства є головним виміром його ринкової вартості;
- 5) динаміка капіталу підприємства характеризує ефективність його господарської діяльності.

Таблиця 9.2 – Систематизація видів капіталу підприємства

Класифікаційні ознаки	Види капіталу
1. За належністю підприємству	1. Власний капітал характеризує загальну вартість засобів підприємства, які належать йому на правах власності. 2. Позиковий капітал характеризує залучення для фінансування розвитку підприємства на основі повернення коштів або інших майнових цінностей.
2. За формами інвестування	1. Капітал у фінансовій формі. 2. Капітал у матеріальній формі. 3. Капітал у нематеріальній формі.
3. За об'єктом інвестування	1. Основний капітал характеризує ту частину капіталу, яку використовує підприємство, тобто яка інвестована в усі види його необоротних активів. 2. Оборотний капітал характеризує ту його частину, яка інвестована в усі види його оборотних активів.
4. За формами знаходження у процесі кругообігу	1. Капітал у грошовій формі. 2. Капітал у виробничій формі. 3. Капітал у товарній формі.
5. За характером використання в господарському процесі	1. Працюючий капітал характеризує ту його частину, яка бере безпосередню участь у формуванні доходів і забезпеченні операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства. 2. Непрацюючий капітал характеризує ту його частину, яка інвестована в активи, а вони не беруть безпосередньої участі в здійсненні різних видів господарської діяльності підприємства і формуванні його доходів.
6. За характером використання власниками	1. Споживчий капітал після його розподілу на цілі споживання втрачає функції капіталу (це виплати дивідендів, процентів, задоволення соціальних потреб персоналу тощо). 2. Накопичуваний капітал характеризує різні форми його приросту в процесі капіталізації прибутку, дивідендних виплат тощо.
7. За джерелами залучення	1. Національний (вітчизняний) капітал. 2. Іноземний капітал.

Формування структури капіталу пов'язане з урахуванням особливостей частин: власного і позикового капіталу

До власного капіталу належить:

- статутний капітал;
- пайовий капітал;
- додатково вкладений капітал;
- інший додатковий капітал;
- резервний капітал;
- неоплачений капітал;
- нерозподілений прибуток;
- капітал цільового фінансування.

Усі форми позикового капіталу, які використовуються підприємством, є його зобов'язаннями, що підлягають погашенню у передбачені терміни.

За періодом залучення розрізняють:

- довгострокові зобов'язання підприємства (довгострокові кредити банків, інші довгострокові зобов'язання);
- короткострокові зобов'язання підприємства (короткострокові кредити банків, векселі видані, кредиторська заборгованість за товари і послуги, поточні зобов'язання за розрахунками з одержаних авансів, з бюджетом, зі страхування, з оплати праці тощо).

9.3 Кредитування підприємства: поняття, принципи, форми

Кредит – це форма позикового капіталу (в грошовій або товарній формах), що надається на умовах повернення і обумовлює виникнення кредитних відносин між тим, хто надає кредит, і тим, хто його отримує.

Кредитні відносини характеризуються тим, що їх суб'єктами є дві сторони: одна з них у рамках конкретної кредитної угоди називається кредитором, інша – позичальником. Грошові чи товарно-матеріальні цінності, витрати або виконана робота та надані послуги, щодо яких укладається кредитний договір, є об'єктом кредиту.

Як кредитори можуть виступати:

- держава (державний кредит, цільове позабюджетне кредитування);
- комерційні банки;
- небанківські кредитно-фінансові установи (лізингові, факторингові фірми).

Основними позичальниками кредитних ресурсів є підприємства реального сектору економіки.

Ціною кредитних ресурсів виступає ставка відсотка за кредит (позичковий процент).

Кредитори дотримуються таких **принципів кредитування** підприємств-позичальників:

– *принцип терміновості* означає, що кредит повинен бути повернений у певний строк;

– *принцип повернення кредиту*;

– *принцип забезпеченості кредиту* – це наявність у підприємства-позичальника юридично оформлених зобов'язань, які гарантують своєчасне повернення кредиту;

– *принцип платності* кредиту полягає в тому, що підприємство повинно внести в банк певну плату за використання кредитних ресурсів.

Кредити, що їх можуть отримати підприємства, класифікуються за формами та видами (рис. 9.2):

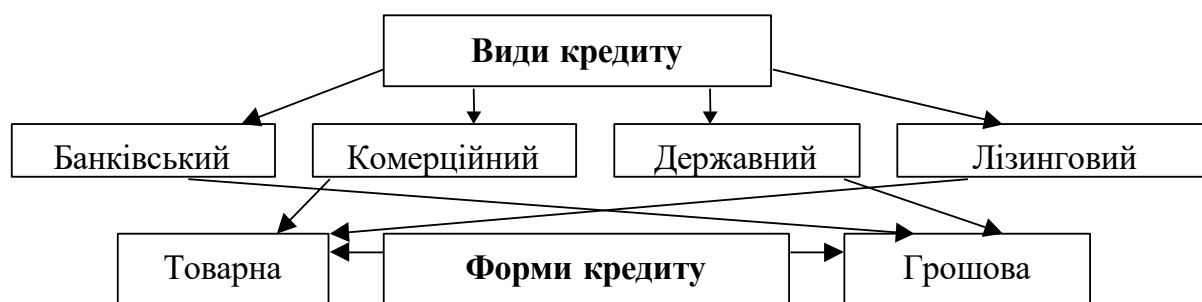


Рисунок 9.2 – Форми та види кредиту

Банківський кредит – це економічні відносини між кредитором та позичальником з приводу надання коштів банком підприємству на умовах терміновості, платності, повернення, матеріального забезпечення.

Комерційний кредит – це економічні, кредитні відносини, які виникають між окремими підприємствами. Саме він породив вексельний обіг і тим сприяв розвитку безготівкового грошового обігу. Основна мета комерційного кредиту – прискорення процесу реалізації товарів і отримання закладеного в них прибутку.

Державний кредит – це економічні кредитні відносини між державою та суб'єктами господарювання. Державне кредитування здійснюється наданням бюджетних позик безпосередньо міністерствам, відомствам, іншим центральним органам державної виконавчої влади для фінансування через банківські установи.

Лізинговий кредит – це стосунки між суб'єктами господарювання, які виникають з приводу оренди майна.

9.4 Поняття структури та вартості капіталу підприємства

Структура капіталу підприємства – це співвідношення всіх форм власних та запозичених грошових коштів, що використовуються підприємством з метою фінансування активів.

Структура капіталу відіграє провідну роль у формуванні ринкової вартості підприємства. Цей зв'язок опосередковується показником середньозваженої вартості капіталу.

Вартість капіталу – це відношення плати за використання фінансових ресурсів до обсягу цих ресурсів, виражене у відсотках.

З огляду на те, що капітал підприємства формується не з одного джерела, а з декількох, то, звичайно, вартість капіталу представляє собою деякий середній рівень прибутковості, якого необхідно досягти.

Середньозважена вартість капіталу показує середню дохідність, якої очікують (вимагають) капіталодавці (власники та кредитори), вкладаючи кошти в підприємство. Економічний зміст середньозваженої вартості капіталу полягає в тому, що підприємство може ухвалювати будь-які рішення (у тому числі інвестиційні), якщо рівень їх рентабельності не нижче поточного значення показника середньозваженої вартості капіталу.

Середньозважена вартість капіталу (Weighted Average Cost of Capital = WACC) визначається:

$$WACC = K_{вк} * \frac{BK}{K} + K_{пк} * \frac{ПК}{K}, \quad (9.1)$$

де $K_{вк}$ – очікувана ставка вартості власного капіталу;

$K_{пк}$ – очікувана ставка вартості позичкового капіталу;

K – сума капіталу підприємства;

BK – сума власного капіталу;

$ПК$ – сума позичкового капіталу.

Зазначену модель можна деталізувати, виокремивши власний і позичковий капітал. Зокрема, вартість власного капіталу можна розраховувати в розрізі капіталу, залученого в результаті емісії простих і привілейованих акцій, реінвестованого прибутку тощо. Позичковий капітал можна поділити на короткострокові та довгострокові банківські позички, комерційні позички, облігаційні позички та ін.

На практиці при розрахунку вартості залучення позичкового капіталу слід враховувати податковий фактор. Якщо S – податковий мультиплікатор (коефіцієнт, який характеризує ставку податку на прибуток), а проценти за користування позичками відносяться на валові витрати підприємства, то модель

визначення середньозваженої вартості капіталу можна уявити в такому вигляді:

$$WACC_s = K_{вк} * \frac{BK}{K} + (1 - S) * K_{пк} * \frac{ПК}{K}, \quad (9.2)$$

де $ПК$ – сума позичкового капіталу.

При визначенні оптимальної структури капіталу слід враховувати, що головною метою діяльності будь-якого підприємства є максимізація прибутку в довгостроковому періоді. Ця мета, як правило, конфліктує з іншим важливим завданням – мінімізацією фінансових ризиків, тобто ризиків, пов'язаних з фінансуванням підприємства.

Таким чином, оптимальною буде така структура капіталу підприємства, за якої досягається оптимальне співвідношення між ризиком структури капіталу та рентабельністю власного капіталу, наслідком чого буде максимізація ринкової вартості підприємства і його корпоративних прав. Згідно з теорією середньозваженої вартості капіталу оптимальна структура капіталу перебуватиме в точці, в якій значення середньозваженої вартості капіталу буде мінімальним.

Функціональну залежність між рентабельністю власного капіталу та його структурою можна дослідити на основі визначення ефекту фінансового левериджу (ЕФЛ).

Фінансовий важіль (леверидж) – це інструмент регулювання пропорцій власного та позикового капіталу з метою максимізації рентабельності власних коштів підприємства. Його дія виявляється в **ефекті фінансового важеля**, який показує, на скільки відсотків збільшується рентабельність власного капіталу за рахунок залучення позикових коштів в оборот підприємства і розраховується за формулою:

$$ЕФЛ = (1 - S) \cdot (РА - П) \cdot \frac{ПК}{BK}, \quad (9.3)$$

де $РА$ – коефіцієнт валової рентабельності авансованого капіталу (активів), %;

$П$ – середня величина відсотків, які підприємство сплачує за позиковий капітал, %;

$ПК$ – середня сума позикового капіталу;

BK – середня сума власного капіталу;

S – ставка податку на прибуток, виражена десятковим дробом.

Ефект фінансового важеля досягається тільки тоді, коли економічна рентабельність активів підприємства вища за середню ставку процента із залучених коштів. Цей показник певною мірою дозволяє знайти наближене значення оптимальної структури капіталу, тобто виявити граничну межу використання позичкового капіталу для конкретного підприємства.



Питання для самоконтролю знань:

1. Що Ви розумієте під «фінансовими ресурсами підприємства»?
2. Назвіть джерела та склад фінансових ресурсів підприємств.
3. Поясніть сутність капіталу підприємства.
4. Надайте класифікацію капіталу підприємства за різними ознаками.
5. Назвіть форми власного та залученого капіталу. Поясніть їх зміст.
6. У чому полягає сутність кредиту? Які принципи кредитування Ви знаєте?
7. Охарактеризуйте основні види та форми кредиту.
8. Як розрахувати середньозважену вартість капіталу?
9. Як розрахувати ефект фінансового левериджу? Визначте його зміст?

ТЕМА 10 ПОТОЧНІ ВИТРАТИ ПІДПРИЄМСТВА ТА СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ



Питання для теоретичної підготовки:

1. Сутнісна характеристика та класифікація витрат підприємства.
2. Собівартість продукції (робіт, послуг) її види.
3. Методи калькулювання продукції підприємства.
4. Зміст і методика обчислення кошторису витрат на виробництво продукції.
5. Управління поточними витратами на підприємстві.



Ключові поняття:

витрати, собівартість, постійні й змінні витрати, собівартість продукції, калькулювання, об'єкт калькулювання, методи калькулювання, кошторис виробництва, управління витратами, критичний обсяг випуску продукції (точка беззбитковості), маржинальний прибуток, коефіцієнт маржинального прибутку, операційний ліверидж

Розкриття змісту ключових питань теми

10.1 Сутнісна характеристика та класифікація витрат підприємства

Витрати – це витрачені ресурси (трудові, матеріальні, природні й ін.) у ході діяльності підприємства, які використовуються з метою отримання прибутку або задля досягнення іншої мети.

У бухгалтерському обліку (П(С)БО 16) під **витратами** розуміють

зменшення економічних вигод у вигляді вибуття (використання) активів або збільшення зобов'язань, що веде до зменшення капіталу (за винятком розподілу між власниками).

За видами діяльності розрізняють такі витрати:

витрати звичайної діяльності:

– витрати операційної діяльності (собівартість реалізованої продукції, адміністративні витрати, витрати на збут, інші операційні витрати);

– витрати на фінансові операції (відсотки за позиками, витрати на фінансовий лізинг);

– витрати іншої звичайної діяльності (собівартість реалізованих фінансових інвестицій, необоротних активів).

– надзвичайні витрати.

За ступенем однорідності витрати бувають:

– *одноелементні статті витрат* – складаються з витрат, що належать до одного елемента (матеріальні витрати, амортизація);

– *комплексні статті витрат*, навпаки, містять у собі витрати, що належать до різних елементів витрат (адміністративні витрати, витрати на збут).

За участю в технологічному процесі розрізняють:

– *основні витрати*, що виникають у зв'язку із забезпеченням технологічного процесу виробничими ресурсами, які необхідні для виготовлення окремого виду продукції (основні й допоміжні матеріали, технологічне паливо, заробітна плата виробничих робочих і т. ін.);

– *накладні витрати*, що виникають у зв'язку з обслуговуванням виробничого процесу та управлінням ним (витрати на оплату праці апарату управління, рекламу і т. ін.).

За участю у виробничому процесі витрати поділяють на:

– *виробничі* – пов'язані з процесом виготовлення продукції, наприклад, витрати на придбання покупних ресурсів, теплової та електричної енергії, тощо;

– *позавиробничі* – виникають на етапі реалізації продукції і складаються з витрат на участь у ярмарках, виставках, виготовлення зразків і т. ін.

За місцем утворення виділяють:

– *витрати структурного підрозділу (цеху)* – складаються з основних витрат, необхідних для виготовлення продукції у даному цеху або на даному етапі виготовлення продукції, а також з витрат на організацію виробничого процесу та управління цим структурним підрозділом (заробітна плата цехового персоналу, витрати на охорону праці робітників цеху і т. ін.);

– *витрати підприємства в цілому* – складаються з витрат окремих структурних підрозділів, адміністративних і витрат на збут.

За методом віднесення до собівартості одиниці продукції розрізняють:

– *прямі витрати* – безпосередньо пов'язані з виготовленням окремих видів продукції, величина яких може бути визначена точно (витрати на основні матеріали, паливо та енергію на технологічні потреби, оплату праці робітників, безпосередньо зайнятих виробництвом продукції, т. ін.);

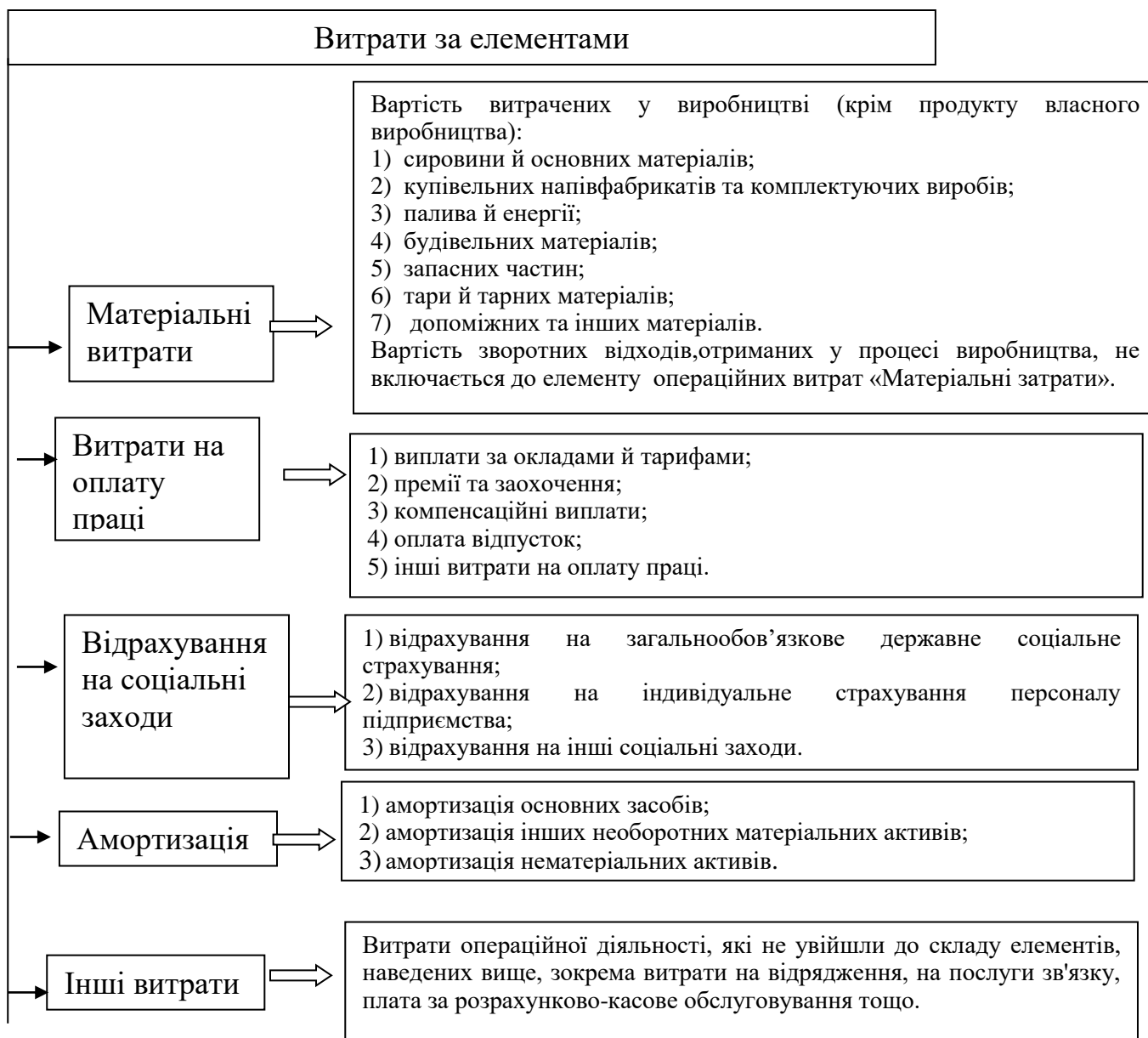
– *непрямі витрати* – не пов’язані з виготовленням конкретного виду продукції (послуги), відносяться до всієї номенклатури продукції і розподіляються між окремими калькуляційними одиницями посередньо.

За ступенем залежності від обсягу виробництва витрати бувають:

– *постійні* – величина яких не змінюється із зміною обсягу виробництва. Вони повинні бути сплаченими, навіть якщо підприємство не виготовляє деякий час продукцію (послуги);

– *змінні витрати* – збільшують або зменшують свою величину при зміні обсягу виробництва.

За економічними елементами витрати поділяють:



За статтями калькуляції витрати групують наступним чином:

- *прямі матеріальні витрати*;
- *прямі витрати на оплату праці*;

- інші прямі витрати;
- загальновиробничі витрати;
- адміністративні витрати;
- витрати на збут;
- інші операційні витрати.

10.2 Собівартість продукції (робіт, послуг) її види

Собівартість продукції – це виражені в грошовій формі поточні витрати підприємства на підготовку виробництва, виготовлення та збут продукції.

Собівартість комплексно характеризує ступінь використання всіх ресурсів підприємства, а отже і рівень техніки, технології та організації виробництва. Тому собівартість є одним з важливих показників ефективності виробництва. Крім того, собівартість є базою ціни товару і водночас обмежувачем для виробництва.

Залежно від часу формування витрат розрізняють:

- *планову собівартість*, яка визначається перед початком планового періоду на основі норм витрат ресурсів і цін на них в момент складання плану;
- *фактичну собівартість*, яка відображає фактичні витрати на виробництво й реалізацію продукції.

Собівартість продукції	Виробнича собівартість готової продукції	Прямі матеріальні витрати	
		Прямі витрати на оплату праці	
		Інші прямі витрати	
		Загальновиробничі витрати	Постійні Змінні
	Понаднормовані виробничі витрати		
	Нерозподілені постійні загальновиробничі витрати		
Витрати, що не входять до собівартості продукції	Адміністративні витрати		
	Витрати на збут		
	Інші операційні витрати		
Загальні витрати на виробництво і реалізацію продукції			

Витрати від операційної діяльності поділяються на:

- 1) витрати на виробництво (виробнича собівартість продукції) – включаються до собівартості реалізованої продукції;
- 2) витрати, пов'язані з операційною діяльністю, які не включаються до собівартості реалізованої продукції:
 - витрати на збут;
 - адміністративні витрати;

– інші операційні витрати.

Згідно стандартів бухгалтерського обліку, (П(С)БУ 16 «Витрати») собівартість реалізованої продукції складається з:

1) виробничої собівартості продукції (робіт, послуг), яка була реалізована у звітному періоді;

2) нерозподілених постійних загальновиробничих витрат;

3) понаднормативних виробничих витрат.

Виробнича собівартість продукції (робіт, послуг) включає:

1. Прямі матеріальні витрати:

– Сировина і матеріали – включається вартість сировини та матеріалів, потрібних для виконання робіт (послуг) і для забезпечення технологічного процесу.

– Паливо та енергія для використання з технологічною метою – відносяться витрати на всі види палива та енергії, що безпосередньо витрачаються на технологічні цілі.

– Покупні ресурси – включається вартість покупних комплектувальних виробів, напівфабрикатів, робіт і послуг виробничого характеру сторонніх підприємств і організацій.

2. Прямі витрати на оплату праці – відносяться витрати на виплату основної і додаткової заробітної плати, обчислені згідно з прийнятими підприємством системами оплати праці і колективним договором у вигляді тарифних ставок (окладів) і відрядних розцінок для робітників, зайнятих безпосередньо виробництвом продукції.

3. Інші прямі витрати (відрахування на соціальні заходи, визначені законодавством; амортизація основних виробничих засобів та інших необоротних матеріальних активів і нематеріальних активів виробничого призначення; витрати на всі види ремонту та обслуговування виробничих основних фондів, що безпосередньо беруть участь у виробництві продукції).

4. Загальновиробничі витрати – це непрямі витрати, пов'язані з організацією виробництва і керівництвом цехами, бригадами, відділеннями та іншими структурними підрозділами підприємства. (витрати на утримання апарату управління виробництвом, амортизація основних засобів та нематеріальних активів загальновиробничого призначення; витрати на утримання, експлуатацію, капітальний та поточний ремонт, страхування, операційну оренду основних засобів, інших необоротних активів, обладнання загальновиробничого призначення; витрати на вдосконалення технології і організації виробництва; витрати на обслуговування виробничого процесу; витрати на охорону праці, техніку безпеки, виробничу санітарію та охорону навколишнього середовища; інші витрати.

5. *Адміністративні витрати* – це витрати, пов’язані з управлінням підприємством як цілісним комплексом (заробітна плата, страхування, додаткові виплати, виплати за навчання тощо; амортизація адміністративних приміщень та обладнання, витрати на їх утримання – оренда, податки, страхування, знос, ремонт, комунальні послуги; амортизація нематеріальних активів; оплата за юридичні, аудиторські, медичні та інші послуги; загальні витрати, витрати на реєстрацію підприємства тощо).

6. *Витрати на збут* – включають витрати, пов’язані з реалізацією продукції (витрати пакувальних матеріалів і на ремонт тари; витрати на транспортування продукції; післяпродажне обслуговування клієнтів, оплата праці та комісійні винагороди продавцям, торговим агентам та працівникам підрозділів, що забезпечують збут; витрати на рекламу та дослідження ринку та ін.).

7. *Інші операційні витрати* (витрати на дослідження та розробки; собівартість реалізованих виробничих запасів; витрати на сумнівні (безнадійні) борги; витрати на операційну оренду активів; витрати від операційних курсових різниць; нестачі і втрати від псування цінностей; визнані штрафи, пені, неустойки; інші витрати операційної діяльності).

10.3 Методи калькулювання продукції підприємства

Калькулювання – це процес визначення собівартості продукції, який полягає у акумулюванні затрат на виробництво і віднесення їх на готовий продукт. За допомогою калькулювання визначають собівартість одиниці продукції.

Незалежно від конкретних особливостей виробництва і продукції калькулювання передбачає розв’язування таких методичних завдань: визначення об’єкта калькулювання і вибір калькуляційних одиниць, визначення калькуляційних статей витрат та методики їхнього обчислення.

Об’єкт калькулювання – це та продукція чи роботи (послуги), собівартість яких обчислюється. До об’єктів калькулювання на підприємстві належать: основна, допоміжна продукція (інструмент, енергія, запчастини та ін.); послуги та роботи (ремонт, транспортування і т. п.).

Для кожного об’єкта калькулювання вибирається *калькуляційна одиниця* – одиниця його кількісного виміру (кількість у штуках, маса, площа, об’єм).

Метод калькулювання – це сукупність прийомів і способів, що використовується для обчислення собівартості окремих видів продукції.

У світовій практиці господарювання застосовуються різні методи калькулювання, що зумовлено різним призначенням калькуляцій, типом

виробництва та традиціями внутрішньофірмового управління.

Найчастіше використовуються такі методи калькулювання:

– *за повними витратами* – при використанні якого всі види витрат, що стосуються виробництва й продажу продукції, включають у калькуляцію. Такий метод є традиційним для вітчизняних виробничих підприємств.

– *за неповними витратами* – передбачає, що собівартість продукції визначається тільки за змінними витратами. Так, до виробничої собівартості продукції відносять прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці і частину загальновиробничих витрат, що є змінними. Постійні загальновиробничі затрати не включають у собівартість продукції, а зараховують до витрат періоду. Вони підлягають обліку окремо, їх віднімають від виручки за певний період під час визначення прибутку. Класичним методом калькулювання за неповними витратами є так званий метод «Direct-cost», коли на собівартість окремих виробів відносять лише прямі витрати, а непрямі – на певний період.

Калькулювання собівартості продукції з повним розподілом затрат може здійснюватись:

- згідно із замовленнями (проектами);
- згідно з процесами;
- на основі виробничої діяльності.

Об'єктами обліку при *калькулюванні витрат згідно із замовленнями* є певні окремі замовлення (проекти). Прямі затрати відносять на собівартість замовлень в повному обсязі. Загальновиробничі затрати, які є непрямими, протягом певного періоду (наприклад, місяця) враховують окремо, а в кінці місяця відносять на собівартість окремих замовлень через їх розподіл.

Калькулювання затрат згідно з процесами (попередільний метод) використовують у тих виробництвах, де вихідна сировина проходить цілу низку технологічних виробничих процесів, переділів виробництва. На кожному переділі отримують напівфабрикат, який є вихідною сировиною (або матеріалом) для подальшого переділу. На останньому переділі отримують готову продукцію. Об'єктами калькуляції є напівфабрикати кожного переділу і готова продукція останнього переділу.

Система *калькулювання на основі виробничої діяльності* зорієнтована на контроль і скорочення тривалості виробничого процесу, особливо тих операцій, які не збільшують цінності виробу (транспортування, зберігання, контроль та ін.), що сприяє зниженню витрат і собівартості продукції. При цій системі калькулювання виробничі накладні затрати обліковують за так званими „центрами виробничої діяльності», а потім розподіляють між видами продукції на основі баз розподілу, тобто для кожного виду затрат визначають свою базу (фактор) розподілу, а потім розраховують величину цих затрат на одиницю фактора їх зміни. За базу

розподілу можуть бути прийняті виробничі показники, кількість співробітників, кількість відпрацьованого часу тощо.

Орієнтовна номенклатура калькуляційних статей витрат для більшості підприємств різних галузей виглядатиме так:

- 1) сировина та матеріали;
- 2) енергія технологічна;
- 3) основна заробітна плата робітників;
- 4) додаткова заробітна плата робітників;
- 5) відрахування на соціальні заходи;
- 6) утримання та експлуатація машин і устаткування;
- 7) загальновиробничі витрати;
- 8) адміністративні витрати;
- 9) інші операційні витрати;
- 10) витрати на збут.

10.4 Зміст і методика обчислення кошторису витрат на виробництво продукції

Кошторис – це план витрат на виконання певної роботи. Для функціонального підрозділу кошторис є плановими витратами на виконання функцій, що входять до його компетенції. Для виробничого підрозділу кошторис охоплює планові витрати на виготовлення продукції (надання послуг) за розрахунковий період незалежно від ступеня її готовності. В підрозділах з коротким виробничим циклом виготовлення продукції кошторис і виробнича собівартість кінцевої продукції за певний період, як правило, збігаються. Якщо виробничий цикл тривалий і змінюються залишки незавершеного виробництва на початок і кінець періоду, такої відповідності немає.

Кошторис виробництва – це витрати підприємства, пов'язані з основною його діяльністю за певний період, незалежно від того, відносять їх на собівартість продукції в цьому періоді чи ні.

Отже, усі операційні витрати підприємства узагальнюються в його зведеному кошторисі. Він має поелементну структуру, яка є складовою зовнішнього звіту підприємства.

Кошторис складається за такими елементами витрат:

- матеріальні витрати;
- витрати на оплату праці;
- відрахування на соціальні заходи;
- амортизація;
- інші витрати.

Кошторис підприємства за елементами витрат показує їх ресурсну структуру (витрати на матеріали, персонал, основний капітал), що дає змогу аналізувати чинники формування та зниження витрат і собівартості продукції.

Окрім поелементної структури кошторису підприємства важливе значення має виділення в ньому виробничих витрат, за якими обчислюється собівартість продукції (прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, інші прямі витрати), і невиробничих, що відносяться на певний період (адміністративні витрати, витрати на збут продукції та інші операційні витрати).

Схематично формування кошторису підприємства показано в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Кошторис підприємства на квартал (рік), тис. грн.

Вид витрат	Фактичні витрати, за попередній період	Витрати на плановий період
Матеріальні витрати	1 850,00	2 035,00
Витрати на оплату праці	680,00	748,00
Відрахування на соціальні заходи	258,00	283,80
Амортизація	520,00	500,20
Інші витрати	380,00	420,00
Разом	3 688,00	3 987,00
в тому числі:	2 483,00	2 782,00
– виробничі витрати;		
– адміністративні витрати;	780,00	750,00
– витрати на збут;	390,00	410,00
– інші невиробничі операційні витрати.	35,00	45,00

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

На стадії прогнозних оцінок величини витрат кошторис можна скласти коригуванням фактичних витрат за минулий період. Елементи фактичних витрат коригуються на прогнозні коефіцієнти зміни обсягу виробництва, кількості персоналу та вартості основних засобів з урахуванням закономірності динаміки витрат, імовірної зміни норм і цін (тарифів). Обґрунтованіше кошторис обчислюється за кожним елементом на основі планових обсягів продукції (послуг), норм і цін (тарифів). Причому на малих підприємствах таке обчислення є відразу узагальнюючим. На середніх і великих підприємствах кошторис виробництва складають, підсумовуючи кошториси центрів відповідальності (цехів, служб, адміністративних і збутових витрат).

Одночасно із складанням кошторису на підприємствах обчислюється собівартість валової, товарної і реалізованої продукції. Собівартість валової продукції як показник застосовується для внутрішніх потреб підприємств, на яких не є стабільною величина залишків незавершеного виробництва.

Собівартість товарної (готової) продукції – це витрати на виробництво продукції, що готова до продажу. Собівартість товарної продукції підприємства обчислюється двома основними способами.

Перший спосіб, синтетичний, ґрунтується на кошторисі виробництва. Останній коригують у такий спосіб:

– з кошторису віднімаються витрати, які з різних причин не включають у виробничу собівартість продукції (витрати на підготовку та освоєння нової продукції, якщо вони фінансуються з прибутку чи інших джерел, поза виробничі витрати, відшкодування втрат від браку);

– віднімається приріст, додається зменшення залишків витрат майбутніх періодів;

– додається приріст, віднімається зменшення залишків майбутніх платежів (відпускних, винагороди за стаж роботи, за підготовчі роботи в сезонних виробництвах тощо).

Одержана сума є собівартістю валової продукції. Після її коригування на зміну залишків незавершеного виробництва за собівартістю (приріст віднімається, зменшення додається) одержуємо *виробничу собівартість товарної продукції.* Якщо до останньої додати поза виробничі витрати, то одержимо *повну собівартість товарної продукції.*

Отже, в загальному вигляді, собівартість товарної (готової) продукції можна визначити наступним чином:

$$C_{тп} = C_{в} + C_{нзв\ поч} - C_{нзв\ кін} \quad (10.1)$$

де $C_{тп}$ – собівартість товарної (готової) продукції,

$C_{в}$ – витрати на виробництво продукції за певний період;

$C_{нзв\ поч}$, $C_{нзв\ кін}$ – собівартість залишків незавершеного виробництва, відповідно, на початок і кінець періоду.

Другий спосіб обчислення собівартості товарної продукції полягає в підсумовуванні попередньо визначеної собівартості окремих виробів, тобто

$$C_{тп} = \sum_{i=1}^n C_i N_i, \quad (10.2)$$

де $C_{тп}$ – собівартість товарної продукції;

n – кількість найменувань продукції (послуг);

C_i – собівартість одиниці i -ої продукції (послуги);

N_i – виробництво i -ої продукції (послуг) у натуральному вимірі.

Собівартість реалізованої продукції – це витрати на виробництво продукції, яка продана (чи запланована до продажу) в плановому періоді. Вона обчислюється коригуванням собівартості товарної продукції на зміну залишків нереалізованої продукції.

$$C_{рп} = C_{тп} + C_{тп\ поч} - C_{тп\ кін}, \quad (10.3)$$

де $C_{рп}$ – собівартість реалізованої продукції;

$C_{тп}$ – собівартість товарної продукції, що належить до реалізації;

$C_{тп\ поч}$, $C_{тп\ кін}$ – собівартість залишків товарної продукції на складі на початок і кінець розрахункового періоду.

Собівартість реалізованої продукції також можна обчислити за формулою:

$$C_{рп} = \sum_{i=1}^n C_i N_{pi}, \quad (10.4)$$

де $C_{рп}$ – собівартість реалізованої продукції;

n – кількість найменувань продукції (послуг);

C_i – собівартість одиниці i -ої реалізованої продукції (послуги);

N_{pi} – кількість реалізованої продукції (послуг) i -го найменування у натуральному вимірі.

Собівартість реалізованої продукції використовується для обчислення прибутку підприємства і як важливий показник зазначається в його фінансовій звітності.

10.5 Управління поточними витратами на підприємстві

Управління витратами – це процес цілеспрямованого формування витрат за їх видами, місцем і носіями при постійному контролі рівня та стимулюванні зниження.

Управління витратами є важливою функцією внутрішнього економічного механізму будь-якого підприємства. *Формування витрат за видами* показує, які витрати і відповідно ресурси потрібні для виконання певної роботи і здійснення операційної діяльності в цілому, за *місцем* – дозволяє організувати систему відповідальності за рівень витрат, за *носіями* – дає можливість визначити витрати на окремі види робіт і нироби.

У загальному вигляді система управління витратами має два аспекти: функціональний і організаційний.

Первинним є функціональний аспект управління витратами. Його сутність характеризують функціональні блоки (підсистеми), що у спрощеному вигляді показано на рисунку 10.1.

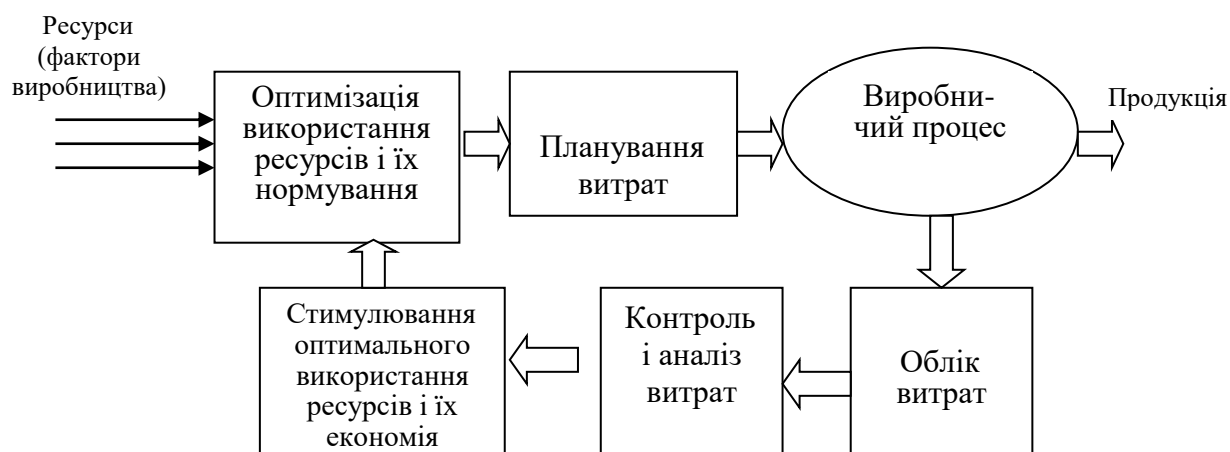


Рисунок 10.1 – Функціональні підсистеми управління витратами підприємства

Організаційний аспект управління витратами полягає в їх диференціації за місцем формування і центрами відповідальності та раціональній побудові

органів управління витратами (виконавців зазначених функцій). Організаційна структура управління витратами залежить від специфіки підприємства і передусім його величини.

Місце витрат – це сегмент їх формування (робоче місце, дільниця, підрозділ і т.п.).

Для управління витратами місця витрат організуються в центри відповідальності. **Центр відповідальності** – це місце витрат або організаційна єдність кількох місць, за якими контролюються витрати і встановлена відповідальність за їх рівень. Центри відповідальності організаційно являють собою відповідні підрозділи підприємства, створені за ознаками: функціональною (відділи маркетингу, матеріально-технічного забезпечення, управління якістю і т.д.), предметною (виробництво продукту А, продукту Б та ін.), територіальною (підрозділи, розташовані в територіально відокремлених місцях).

Після з'ясування функціонально-організаційних засад управління витратами коротко зупинимось на його особливостях у коротко- і довгостроковому періодах.

У короткостроковому періоді операційні витрати досить чітко можна поділити на змінні та постійні. Змінні є функцією обсягу виробництва, а постійні – функцією часу і від обсягу виробництва не залежать. Якщо всі змінні витрати з певним припущенням вважати пропорційними, то формально залежність витрат від обсягу виробництва можна описати так:

$$C = C_{з.о} * N + C_{п}, \quad (10.5)$$

де C – сукупні операційні витрати за певний період;

$C_{з.о}$ – змінні витрати на одиницю продукції;

N – обсяг виробництва продукції в натуральному вимірі;

$C_{п}$ – постійні витрати за цей період;

$C_{с.о}$ – сукупні витрати на одиницю продукції (собівартість продукції).

Зі зростанням обсягу виробництва витрати на одиницю продукції знижуються за рахунок постійних витрат. Тому збільшення обсягу виробництва є важливим чинником зниження собівартості продукції. За цих умов широко застосовується аналіз залежності прибутку від обсягу виробництва і продажу продукції, а також структури витрат. Його називають аналізом системи «витрати-випуск-прибуток» або за англійською назвою «cost-volume-profit relationships», коротко CVP-аналіз.

CVP-аналіз базується на таких передумовах:

- обсяги виробництва і продажу продукції за певний період збігаються;
- усі витрати можна чітко поділити на змінні та постійні;

– усі змінні витрати є пропорційними, а постійні не містять елементів дегресуючих витрат і є лише функцією часу;

– ціни на вироби не залежать від обсягу виробництва і в межах розрахункового періоду стабільні.

За цих умов функції витрат та обсягу виробництва (продажу) є лінійними. Їх графічну інтерпретацію наведено на рисунку 10.2.

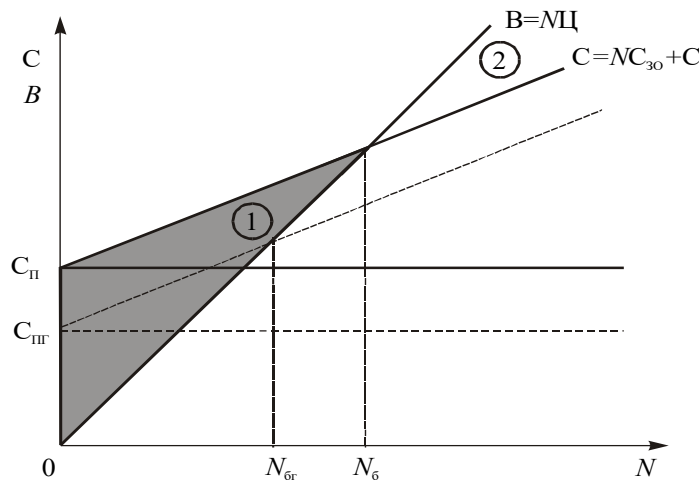


Рисунок 10.2 – Динаміка витрат (C), виручки (B) та точка беззбитковості (N_6)

У процесі CVP-аналізу обчислюються та аналізуються такі показники:

1) **маржинальний прибуток (збитки)** – це різниця між доходом (виручкою) від продажу продукції і змінними витратами:

$$\Pi_M = B - C_3, \quad (10.6)$$

де Π_M – величина маржинального прибутку за певний період;

B – виручка від продажу продукції;

C_3 – змінні витрати за цей же період.

Отже, маржинальний прибуток дорівнює постійним витратам та операційному прибутку, тобто прибутку від продажу продукції:

$$\Pi_M = C_{\Pi} + \Pi, \quad (10.7)$$

де Π – операційний прибуток.

2) **коефіцієнт маржинального прибутку** ($k_{\Pi M}$) – це відношення маржинального прибутку до доходу (виручки) від продажу продукції

$$k_{\Pi M} = \frac{\Pi_M}{B} \quad (10.8)$$

3) **рівноважний обсяг операційної (виробничої) діяльності (точка беззбитковості).**

В точці беззбитковості виручка дорівнює сукупним витратам, тобто:

$$N_6 \Pi = N_6 C_{30} + C_{\Pi}. \quad (10.9)$$

Звідси маємо формулу

$$N_6 = \frac{C_{\Pi}}{\Pi - C_{30}}. \quad (10.10)$$

Беззбитковий обсяг виробництва за наведеною формулою визначається у натуральному вимірі. Це прийнятно для однопродуктового виробництва. У багатопродуктовому виробництві в такому разі виникає проблема розподілу постійних витрат між виробництвами окремих продуктів. Тому за цих умов частіше визначають загальний обсяг беззбиткового виробництва у грошовому вимірі, тобто в обсязі виручки В.

$$B_6 = \frac{C_{\Pi}}{k_{\Pi M}}. \quad (10.11)$$

4) рівень безпеки операційної діяльності. Критерієм такої безпеки є ступінь перевищення фактичного (планового) обсягу вироблюваної продукції над беззбитковим обсягом виробництва. *Коефіцієнт безпеки операційної (виробничої) діяльності* (k_6) обчислюється так.

– у разі натурального виміру обсягу продукції (однопродуктове виробництво):

$$k_6 = \frac{N - N_6}{N}. \quad (10.12)$$

– у разі вартісного (грошового) виміру обсягу продукції (багатопродуктове виробництво):

$$k_6 = \frac{B - B_6}{B}, \quad (10.13)$$

де N , B — фактичний або плановий обсяг продукції відповідно у натуральному і грошовому вимірі.

5) обсяг операційної діяльності (обсяг виробництва), що забезпечує цільову прибутковість. Такий обсяг продукції обчислюється за формулами:

– за натурального виміру обсягу продукції

$$N_{\Pi} = \frac{C_{\Pi} + \Pi_{\Pi}}{\Pi - C_{30}}, \quad (10.14)$$

або

$$N_{\Pi} = N_6 + \frac{\Pi_{\Pi}}{\Pi - C_{30}}; \quad (10.15)$$

– у разі вартісного виміру обсягу продукції

$$B_{\Pi} = \frac{C_{\Pi} + \Pi_{\Pi}}{k_{\Pi M}}, \quad (10.16)$$

або

$$B_{\text{ц}} = B_{\text{б}} + \frac{\Pi_{\text{ц}}}{k_{\text{пм}}}, \quad (10.17)$$

де $N_{\text{ц}}$, $B_{\text{ц}}$ – обсяг продукції, що забезпечує цільовий прибуток відповідно у натуральному і грошовому вимірі;

$\Pi_{\text{ц}}$ – цільовий прибуток.

б) *операційний ліверидж* (операційна залежність), який дає змогу оперативно аналізувати залежність прибутку від динаміки обсягу продукції і структури витрат. Він обчислюється за формулою

$$L = \frac{\Pi_{\text{м}}}{\Pi}, \quad (10.18)$$

де L – операційний ліверидж;

$\Pi_{\text{м}}$ – маржинальний прибуток;

Π – операційний прибуток.

Величина операційного лівериджу показує, на скільки відсотків зміниться прибуток за зміни обсягу продукції (операційної активності) на 1 %.



Питання для самоконтролю знань:

1. Що Ви розумієте під «витратами підприємства»?
2. Який розподіл витрат за видами діяльності?
3. Який розподіл витрат за ступенем однорідності?
4. Як розрізняються витрати за участю в виробничому процесі?
5. Як розрізняються витрати за участю в технологічному процесі?
6. Що приймають за критерій розподілу витрат на прямі та непрямі?

Наведіть приклади прямих та непрямих витрат.

7. Що приймають за критерій розподілу витрат на постійну та змінну частини? Дайте визначення постійних та змінних витрат. Наведіть приклади.

8. Який характер залежності сукупних витрат, змінних та постійних витрат, витрат на одиницю продукції від обсягу виробництва?

9. За якими економічними елементами групують витрати підприємства?

10. Яка мета групування витрат за калькуляційними статтями? За якими статтями розподіляють виробничі витрати у промисловості?

11. Що таке «собівартість продукції (товарів, робіт, послуг)»?

12. Які витрати включають до виробничої собівартості продукції (робіт, послуг)?

13. Який склад собівартості реалізованої продукції?

14. Що відноситься до загальновиробничих витрат на промислових підприємствах?
15. Який склад адміністративних витрат, витрат на збут, інших операційних витрат?
16. Визначте поняття «калькулювання собівартості продукції», «калькуляція», «об'єкт калькуляції», «калькуляційна одиниця», «метод калькулювання».
17. Яка мета калькулювання собівартості продукції, робіт, послуг?
18. Які методи калькулювання Ви знаєте?
19. Як визначається величина непрямих витрат, що включається до собівартості окремих видів продукції? Що таке «база розподілу непрямих витрат» та які види баз Ви знаєте?
20. Що Ви розумієте під «кошторисом виробництва»?
21. З яких складових формується собівартість валової, товарної (готової) та реалізованої продукції?
22. Що Ви розумієте під «управління витратами на підприємстві»?
23. З якою метою проводиться СВР-аналіз?
24. Що таке критичний обсяг виробництва? Як його визначити графічно та аналітично?
25. Які Ви знаєте напрямки та джерела зниження витрат на підприємстві?

ТЕМА 11 ДОХОДИ ТА ЦІНОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА



Питання для теоретичної підготовки:

1. Економічний зміст та функції ціни.
2. Методи ціноутворення на продукцію підприємства.
3. Розроблення цінової стратегії підприємства.
4. Цінова політика підприємства: сутність, принципи та особливості формування.
5. Характеристика доходів підприємства та джерел їх утворення.



Ключові поняття:

ціна, централізовано-фіксовані ціни, договірні ціни, вільні ціни, оптові ціни, роздрібні ціни, тарифи на послуги, методи ціноутворення, цінова стратегія, цінова політика, доходи, доходи від операційної діяльності, доходи від фінансових операцій, інші доходи

Розкриття змісту ключових питань теми

11.1 Економічний зміст та функції ціни

Ціна – це грошовий вираз вартості товару (продукції, послуги). Вона завжди коливається навколо ціни виробництва та відображає рівень суспільно необхідних витрат праці. В ринковій економіці ціна виконує такі функції:

1. *Облікова функція* – ціна вимірює величину сукупних витрат виробництва та обігу товарів та розмір прибутку.

2. *Стимулююча функція* – за допомогою системи цін реалізуються економічні інтереси всіх учасників відтворення й суспільства загалом.

3. *Розподільча функція* – ціни виступають інструментом розподілу й перерозподілу національного доходу між галузями економіки, її секторами, різними формами власності, регіонами, фондами нагромадження і споживання, різними соціальними групами населення.

4. *Вимірювальна функція* – завдяки ціні можна виміряти, визначити кількість грошей, що покупець має сплатити, а продавець – одержати за проданий товар.

5. *Функція балансування попиту та пропозиції* – через ціни здійснюється зв'язок між виробництвом та споживанням, пропозицією та попитом.

6. *Функція ціни як критерію раціонального розміщення виробництва* – за допомогою механізму цін для одержання більш високого прибутку здійснюється перехід капіталів з одного сектора економіки в інший і всередині

окремих секторів туди, де норма прибутку більш висока.

У системі господарювання застосовується багато видів цін, які виокремлюються за різними класифікаційними ознаками.

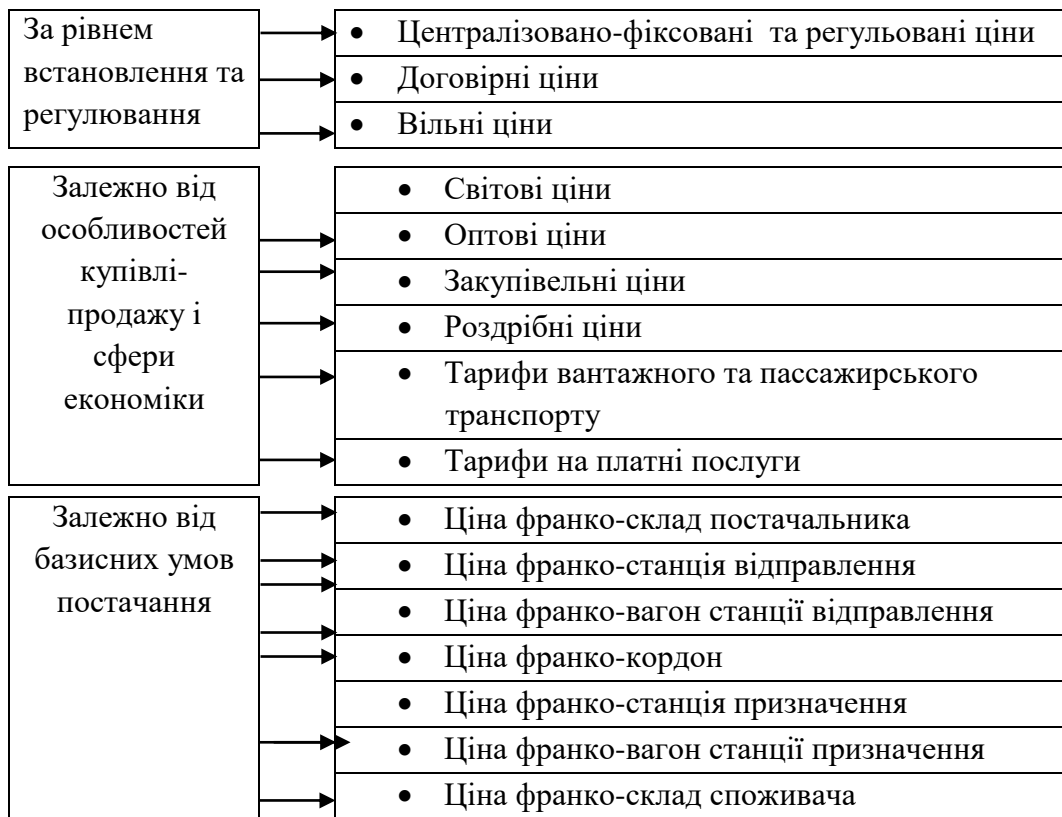


Рисунок 11.1 – Класифікація цін за різними ознаками

За рівнем встановлення та регулювання застосовують:

– **централізовано-фіксовані ціни** встановлює держава на ресурси, що впливають на загальний рівень і динаміку цін; на товари і послуги, які мають вирішальне соціальне значення, а також на продукцію (послуги), виробництво (надання) якої зосереджено на підприємствах (в організаціях), що займають монопольне становище на ринку;

– **договірні ціни** – рівень, яких формується на підставі домовленості між виробником (продавцями) і споживачем (покупцем) і стосується конкретної партії товару;

– **вільні ціни** – це ціни, що їх визначає підприємство (організація) самостійно.

Формування оптових і роздрібних цін представлено на схемі (рис. 11.2):

Етапи реалізації	Виробник				Посередник			Роздрібна торгівля		
	собівартість	прибуток	Непрямі податки		витрати	прибуток	ПДВ	витрати	прибуток	ПДВ
			акциз	ПДВ						
Види цін за етапом реалізації	Оптова ціна виробника									
	Оптова відпускна ціна									
	Оптова ціна закупівлі									
	Роздрібна ціна									

Рисунок 11.2 – Формування оптових і роздрібних цін

На процес ціноутворення впливають наступні чинники:

- *гнучкість попиту*: зростання цін зумовлює зменшення попиту, і навпаки;
- *високі технічні параметри та низька вартість експлуатації*: вони важливі для потенційного покупця не менше, ніж ціна;
- *орієнтація на одержання прибутку та оцінка потенційних покупок з огляду на їхню ефективність*: чинники, що впливають на вибір товару покупцем, за ступенем їхньої важливості розміщуються в такій послідовності: якість, технічне обслуговування, ціна;
- *здатність надати готовому виробу більшої привабливості для покупців*.

11.2 Методи ціноутворення на продукцію підприємства

За ринкових умов господарювання можуть застосовуватися різноманітні методи ціноутворення. Варто звернути увагу на змістову характеристику головних з них.

1. *Розрахунок ціни за методом «середні витрати плюс прибуток»* є найпростішим і широко застосовуваним. Згідно з ним ціна (Ц) визначається за формулою

$$Ц = СВ + П, \quad (11.1)$$

де СВ – середні витрати (собівартість);

П – величина прибутку в ціні, яка встановлюється самим підприємством (організацією) або обмежується державою як граничний рівень рентабельності продукції (послуг).

2. *Розрахунок ціни на підставі цільового (фіксованого) прибутку* вважається різновидом методики визначення ціни на засаді середніх витрат (собівартості). Особливість його полягає в тім, що ціну поставлено в жорстку залежність від загального розміру прибутку, який підприємство передбачає одержати від продажу певної кількості продукції.

За умови прямолінійної динаміки залежних величин ціна встановлюється з використанням формули

$$Ц = С_{зм} + (С_{пост} + П_{заг}) / N \quad (11.2)$$

де $C_{зм}$ – змінні витрати на одиницю продукції (послуги);

$C_{пост}$ – постійні витрати на дану продукцію (послугу) за певний період (квартал, рік);

$P_{заг}$ – загальна сума прибутку, яку можна одержати від продажу продукції (надання послуги) за той самий період;

N – обсяг продажу продукції (наданої послуги) в натуральному вимірі.

3. *Установлення ціни на засаді суб'єктивної цінності товару* здійснюється з урахуванням потенційного (реально виявленого) попиту.

4. *Метод ціноутворення «за рівнем поточних цін»* («за рівнем конкуренції») полягає в тім, що ціну розглядають та встановлюють як функцію цін на аналогічну продукцію в конкурентів.

5. *Установлення ціни на підставі результатів закритих торгів* є різновидом методу «за рівнем поточних цін» і застосовується з метою одержання замовлення на виготовлення певної продукції (торг за вигідний контракт).

6. *Метод ціноутворення «за рівнем попиту»* передбачає встановлення ціни за допомогою пробного продажу товару в різних сегментах ринку. При цьому враховуються умови продажу, кон'юнктура ринку, супутні послуги. За використання цього методу в різних місцях (сегментах) ринку на ті самі товари ціни можуть бути різними.

7. *Метод установлення ціни за місцем походження товару* полягає в тім, що товар передається транспортній організації за умови «франко-вагон»; після цього всі права на товар і відповідальність за нього переходять до покупця (замовника).

8. *Метод установлення єдиної ціни із включенням у неї витрат на доставку* означає відповідні дії підприємства (організації) для включення в ціну фіксованої суми транспортних витрат незалежно від віддаленості покупця (клієнта).

9. *Застосування методу встановлення зональних цін* полягає в тому, що підприємство (фірма) виокремлює кілька зон, у межах яких встановлюються єдині ціни залежно від рівня транспортних витрат.

10. *Метод установлення ціни стосовно базисного пункту* характеризується тим, що продавець (фірма) вибирає конкретний район (місто, область) за базисний і збирає з усіх замовників (клієнтів) транспортні витрати в сумі, що дорівнює вартості поставки з цього району (міста, області) незалежно від того, звідки насправді здійснюється відвантаження товару.

11. *Метод встановлення цін із прийняттям на себе витрат на поставку* означає, що підприємство (організація) частково чи повністю бере на себе фактичні витрати на доставку товару з метою стимулювання надходження замовлень від покупців (клієнтів).

12. *За встановлення цін зі знижками* підприємство-продавець змінює свою вихідну ціну та встановлює певну знижку з неї, урахуваючи дострокову оплату рахунків, закупівлю великого обсягу продукції або позасезонну її закупівлю тощо. Це дає змогу підприємству підтримувати більш стабільний рівень виробництва протягом року.

Вибір методу ціноутворення та встановлення відповідно до нього певного рівня ціни є початковим етапом розробки цінової стратегії і тактики підприємства (організації).

Надалі ціни постійно коригуються (регулюються) підприємством (організацією) і державою, згідно з мінливою кон'юнктурою ринку та необхідними уточненнями заздалегідь розробленої стратегії ціноутворення стосовно різних видів продукції.

11.3 Розроблення цінової стратегії підприємства

Цінова стратегія – це основні напрями, заходи та методи, які використовує підприємство у галузі ціноутворення, що відповідають цілям підприємства і спрямовані на досягнення його конкурентних переваг з мінімальними витратами.

Розглянемо основні етапи розроблення цінової стратегії підприємства.

1. *Вибір виробів для аналізу.* Методика формування цінової стратегії повинна індивідуально розроблятися для кожної товарної групи чи навіть для окремого товару.

2. *Сегментація ринку* – виділення покупців в окремі категорії, дає можливість компанії створювати маркетингові, цінові програми, які найбільш підходять для покупців кожного сегменту.

3. *Встановлення цілей ціноутворення.* Чим чіткіше компанія визначає свої цілі, тим простіше їй встановити ціну. Прикладом загальних цілей розроблення цінової стратегії на підприємстві можуть бути такі: виживання компанії, максимізація прибутку та частки ринку, переваги на ринку за якістю товару, забезпечення визначеного рівня рентабельності та ін.

4. *Визначення моделі ринку, на якому функціонує підприємство* (ринок монополістичної конкуренції, олігополія, ринок чистої конкуренції, ринок чистої монополії).

5. *Формування системи інформаційного забезпечення процесу ціноутворення на підприємстві.* Підприємству треба здійснювати процес збору й обробки інформації за такими напрямками: економічна цінність товару для покупців; фактори чутливості споживачів до ціни; основні ціннісні пріоритети покупців.

6. *Аналіз попиту на ринку* дає можливість визначитися стосовно верхньої межі ціни.

7. *Аналіз витрат виробництва* передбачає дослідження структури витрат за їх елементами, визначення відповідного рівня витрат на виробництво, а також нижнього рівня цін і точки беззбитковості виробництва, які враховуються при встановленні остаточної ціни.

8. *Моніторинг цін конкурентів.* Аналізуючи ціни на товари конкурентів, визначають рівні цін та досліджують їх відповідність якісним показникам.

9. *Визначення життєвого циклу товару.* Встановлення ціни залежить від того, на якому етапі життєвого циклу знаходиться продукт.

10. *Вибір цінової стратегії.* На цьому етапі відбувається вибір конкретного виду стратегії ціноутворення та розроблення обраної цінової стратегії підприємства.

11. *Вибір методу ціноутворення.* На цьому етапі підприємство із множини існуючих методів ціноутворення вибирає той, що відповідає конкретній цілі його цінової стратегії.

12. *Врахування додаткових факторів впливу на ціноутворення* базується на виявленні тих із них, які недооцінені або не враховані повною мірою, наприклад: податки і збори, законодавче регулювання, курс обмінної валюти та рівень грошової інфляції, умови поставки, політико- правові, науково-технічні, культурні та інші фактори.

13. *Розрахунок вихідної ціни.*

14. *Висновок про остаточну ціну.* Доцільно розглядати кілька альтернативних варіантів, які можуть розрізнятися за методами ціноутворення, ціновими стратегіями. Отже, циклічність процесу встановлення остаточної ціни починається з вибору цінової стратегії.

15. *Контроль за реалізацією цінової стратегії.* Тобто контроль потрібен для максимізації гнучкості цінової стратегії в умовах ринку.

16. *Оцінювання рівня досягнення цілі у процесі формування цінової стратегії.* Якщо ціль не досягнута або досягнута частково, то це означає, що не були враховані або враховані не повністю інші важливі фактори, які зумовили остаточний результат. Тому в разі недосягнення поставленої мети доцільно повернутися до вивчення інформаційного забезпечення процесу формування ціни на товар.

Ця інтегрована модель розроблення цінової стратегії націлює товаровиробників чи продавців товару на прийняття оптимальних управлінських рішень щодо встановлення чи зміни ціни на свій товар.

11.4 Цінова політика підприємства: сутність, принципи та особливості формування

Цінова політика – комплекс заходів щодо визначення відпускної ціни, знижок та умов оплати за придбану продукцію чи послуги, управління цінами з урахуванням побажань і можливостей споживачів, а також одночасного забезпечення прибутку підприємства-товаровиробника чи продавця.

Принципами цінової політики є такі:

– забезпечення відповідності напрямів і змісту цінової політики напрямкам і змісту економічної політики підприємства загалом;

– цінова політика має формуватись з урахуванням кон'юнктури ринку відповідних товарів і змін, що відбуваються;

– цінова політика має розроблятися, виходячи з видів і форм збуту, кількості каналів збуту, форми реалізації товарів споживачам, а також з урахуванням видів споживачів, форм розрахунку за товар та його якості;

– гнучкість політики ціноутворення, що досягається застосуванням різних знижок з ціни товару для різних споживачів;

– розробка цінової політики повинна залежати від якості товару та ступеня його новизни для споживача, що досягається застосуванням нових технологій та нового обладнання;

– урахування різних чинників, передусім зовнішніх, що не залежать від підприємства і впливають на цінову політику.

Залежно від форм реалізації розрізняють:

– **пряму цінову політику** – полягає в попередньому розрахунку цін і їх наступному регулюванні залежно від змін ринкової кон'юнктури.

– **опосередковану цінову політику** – полягає в опрацюванні системи знижок, умов оплати, поставок, торговельного кредитування.

За рівнем гнучкості розрізняють політику стабільних і гнучких цін, а за видом товарів – цінову політику стосовно нових товарів і товарів, які вже тривалий час перебувають на ринку, тобто стали для нього традиційними.

У процесах управління цінами можуть бути використані такі види політики:

1. Політика поступового зниження цін, яка характеризується відносно високим рівнем цін на момент виведення на ринок нового продукту. Пізніше, відповідно до концепції життєвого циклу продукції їх рівень поступово знижується.

2. Політика проникнення (політика низьких цін) використовується підприємством для виведення своїх товарів на нові ринки, створення там належного попиту. Такій політиці притаманні низькі початкові ціни, які в міру зростання попиту, популярності товарів, їх відповідної адаптації до нових ринків поступово можуть також підвищуватись.

3. Політика «знімання вершків» (політика високих цін) характерна для товарів, які належать до категорії модних новинок, котрі мають незначну тривалість життєвого циклу. Вона відрізняється максимально можливими цінами під час виведення на ринок нового товару і протягом його існування на цьому ринку як товару-новинки.

4. Політика диференціювання цін пов'язана з продажем такого самого продукту різним покупцям, або в різний час (у тому числі і протягом доби), або на різних територіях за різними цінами.

5. Політика престижних цін має на увазі утримування підприємством досить високих цін на свої товари. Головною передмовою такої політики є висока репутація підприємства, надзвичайно висока якість та унікальність його продукції, загальне визнання його товарної марки.

6. Політика психологічно комфортних цін бере до уваги сприйняття споживачами того чи іншого рівня цін на товари, виходячи з їхньої «внутрішньої логіки».

7. Політика «шикування» цін використовується у разі продажу великого асортименту товарів у рамках однієї категорії (товарної лінії). Згідно з цією політикою ціни слід «вишикувати» так, щоб ціновий ряд був достатньо диференційованим.

8. Політика «збиткового лідера» обирається для цін на товари, які використовуються споживачами в комплекті. Тут основна деталь комплекту може продаватись навіть за збитковою ціною. Цей збиток покривається за рахунок значно вищих цін на товари-доповнювачі (деталі чи запасні частини).

9. **Політика гнучких цін** передбачає швидку реакцію підприємства на зміну співвідношення попиту і пропонування на ринку. Відповідні зміни ціни можуть відбуватись навіть протягом доби.

10. **Політика стабільних цін** використовується, як правило, для товарів масового попиту, коли ціни на них залишаються стабільними тривалий час, незважаючи на жодні кон'юнктурні коливання.

11. **Політика цін ринкової переваги** обирається підприємствами, які мають перевагу на ринку і можуть забезпечити зниження своїх витрат на виробництво і маркетинг, підвищені доходи від реалізації товарів за рахунок великих обсягів збуту. За такої політики товари продаються за ціною дещо нижчою, ніж у підприємств-конкурентів.

12. **Цінова політика виживання** характерна для підприємств які бажають залишитися у бізнесі, зберегти своїх клієнтів, дочекатись позитивних кон'юнктурних змін. Основна особливість цієї політики – продаж товарів за низькими, навіть збитковими цінами.

13. **Політика цін на товари, зняті з виробництва.** Вирішивши використовувати цю цінову політику, підприємство має визначити, до якої категорії належать товари:

– **якщо** товар повністю втратив свою ринкову привабливість, використовують низькі ціни розпродажу;

– **якщо** товар отримав статус ретро-товару, то його продають за досить високими цінами, які в кілька разів можуть перевищувати ціну на товар у час, коли його виготовляли.

14. **Політика сегментної диференціації цін** використовується в міру насичення певного сегменту ринку окремими товаром. Тоді його пропонують іншому сегменту (групі споживачів) за зниженою ціною.

Обираючи той чи інший різновид цінової політики, керівники підприємств мають усвідомити, що процес ціноутворення, який базується на ціннісних позиціях, забезпечить ефективну діяльність суб'єкта господарювання, орієнтуючи її на всебічне розкриття потенційних можливостей у реалізації продукції (послуг) на ринку.

11.5 Характеристика доходів підприємства та джерел їх утворення

Доходи підприємства – це збільшення економічних вигод у вигляді надходжень активів або зменшення зобов'язань, які приводять до зростання власного капіталу (крім зростання капіталу за рахунок внесків власників).

Доходи підприємства класифікуються за видами діяльності, що здійснюються цим підприємством. Підприємство отримує доходи як від звичайної діяльності, так і в результаті надзвичайних подій.

Прикладами *звичайної діяльності* є виробництво та реалізація продукції, розрахунки із постачальниками, покупцями та замовниками, працівниками, податковими органами, банківськими установами тощо.

До *надзвичайної діяльності* підприємства відносять операції, які не відбуваються часто або регулярно і відрізняються від звичайних операцій, наприклад пожежі, стихійні лиха, техногенні аварії тощо.

Звичайну діяльність підприємства поділяють на операційну та іншу (у тому числі фінансову та інвестиційну).

ДОХОДИ		
<i>1. Доходи від звичайної діяльності</i>		<i>2. Доходи від надзвичайних подій</i>
1.1 Доходи від операційної діяльності	Дохід від основної діяльності	– Реалізація товарів.
	Інші операційні доходи	– Реалізація готової продукції.
		– Реалізація послуг.
1.2 Доходи від фінансових операцій		– Реалізація інших оборотних активів.
		– Отримана орендна плата.
		– Операційна курсова різниця.
1.3 Доходи від іншої звичайної діяльності		– Дохід від участі в капіталі.
		– Дохід від реалізації фінансових інвестицій.
		– Дохід від реалізації основних засобів.
		– Дохід від реалізації нематеріальних активів.
1.3 Доходи від іншої звичайної діяльності		– Дохід від безкоштовно отриманих активів.

Рисунок 11.3 – Склад доходів підприємства

Дохід підприємства від операційної діяльності складається з доходу від його основної діяльності та інших операційних доходів.

Основна діяльність підприємства пов'язана із виробництвом та збутом продукції (наданням послуг, виконанням робіт) і має забезпечувати отримання доходів, достатніх для відшкодування витрат виробництва й обігу та отримання певного прибутку.

Однією з основних форм доходу від операційної (основної) діяльності є **виручка від реалізації продукції** – сума грошових коштів, отриманих підприємством за вироблену продукцію, надані послуги, виконану роботу.

Виручка від реалізації визначається як добуток обсягу реалізованої продукції і ціни за одиницю продукції.

У світовій практиці для визначення доходу підприємства від реалізації продукції застосовують касовий метод та метод нарахувань:

– за *касового методу* доходом або виручкою підприємства за певний період вважається сума грошових коштів, що надійшла від покупців протягом цього періоду в його касу або на розрахунковий рахунок за продукцію, що була фактично відвантажена покупцям (або за фактично здійснені та надані для них роботи і послуги);

– за *методом нарахувань* доходом або виручкою підприємства за певний період визнається вартість продукції (наданих послуг, виконаних робіт), відвантаженої покупцям протягом цього періоду, незалежно від того, оплачена вона ними в цьому періоді чи ні.

Розмір самого доходу або виручки підприємства від реалізації продукції за однакових умов залежить від кількості, асортименту та якості реалізованої продукції, розрахункової дисципліни й рівня реалізаційних цін.

Під час операційної діяльності підприємство, крім доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), отримує й **інші операційні доходи**. До таких доходів належать: отримана орендна плата за майно, надане в тимчасове користування іншим особам; дооцінка вартості запасів матеріальних цінностей, що знаходяться на складі підприємства; дохід від зростання курсу валюти, яку підприємство має на банківських рахунках.

Доходи підприємства від фінансових операцій включають: дохід від участі в капіталі, інші фінансові доходи.

До доходів від участі в капіталі відносять дохід, отриманий підприємством від здійснених ним інвестицій в асоційовані, дочірні або спільні підприємства.

До складу **інших фінансових доходів** включають: отримані дивіденди, відсотки, доходи від фінансової оренди (від наданих в оренду майнових об'єктів із правом їх викупу орендарями) та інші доходи, отримані від фінансових інвестицій (крім доходів, отриманих за методом участі в капіталі).

До інших доходів належать доходи, отримані підприємством:

- від реалізації необоротних активів і майнових комплексів, фінансових інвестицій;
- зростання курсу валюти, якою володіє підприємство на банківських рахунках (якщо валютні операції не пов'язані з основною діяльністю підприємства);
- безоплатно отриманих матеріальних і нематеріальних цінностей;
- дооцінки вартості основних фондів тощо.



Питання для самоконтролю знань:

1. Що Ви розумієте під «ціною»?
2. Які функції виконує ціна в ринковій економіці?
3. Як розрізняються ціни за рівнем встановлення та регулювання?
4. Які розрізняють ціни залежно від особливостей купівлі-продажу і сфери економіки?
5. Які елементи містить роздрібна ціна?
6. Які розрізняють ціни залежно від базисних умов поставки продукції?
7. Які чинники впливають на ціну продукції?
8. Які методи ціноутворення можуть застосовуватися в ринковій економіці? Розкрийте їх сутність.
9. Розкрийте технологію розроблення цінової стратегії підприємства.
10. Розкрийте сутність та різновиди цінової політики підприємства.
11. На яких принципах ґрунтується розробка цінової політики підприємства?
12. Що Ви розумієте під «доходами підприємства»? Назвіть основні джерела їх утворення?
13. Як утворюються доходи від операційної діяльності підприємства?
14. Що включають доходи підприємства від фінансових операцій?
15. Що належить до інших доходів підприємства?
16. Назвіть резерви зростання доходів підприємства.

ТЕМА 12 ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА



Питання для теоретичної підготовки:

1. Сутність, функції та значення прибутку підприємства.
2. Види прибутку підприємства.

3. Порядок формування прибутку підприємства.
4. Розподіл і напрями використання чистого прибутку підприємства.
5. Резерви зростання прибутку підприємства.



**Ключові
поняття:**

прибуток, чистий прибуток, маржинальний прибуток, валовий прибуток, операційний прибуток, капіталізований прибуток, сукупний дохід

Розкриття змісту ключових питань теми

12.1 Сутність, функції та значення прибутку підприємства

В загальному вигляді **прибуток** можна визначити як частину доходу, що залишається після відшкодування відповідних витрат, понесених у процесі формування цього доходу.

Сутність прибутку як фундаментальної економічної категорії чітко відображають виконувані ним функції (рис. 12.1).

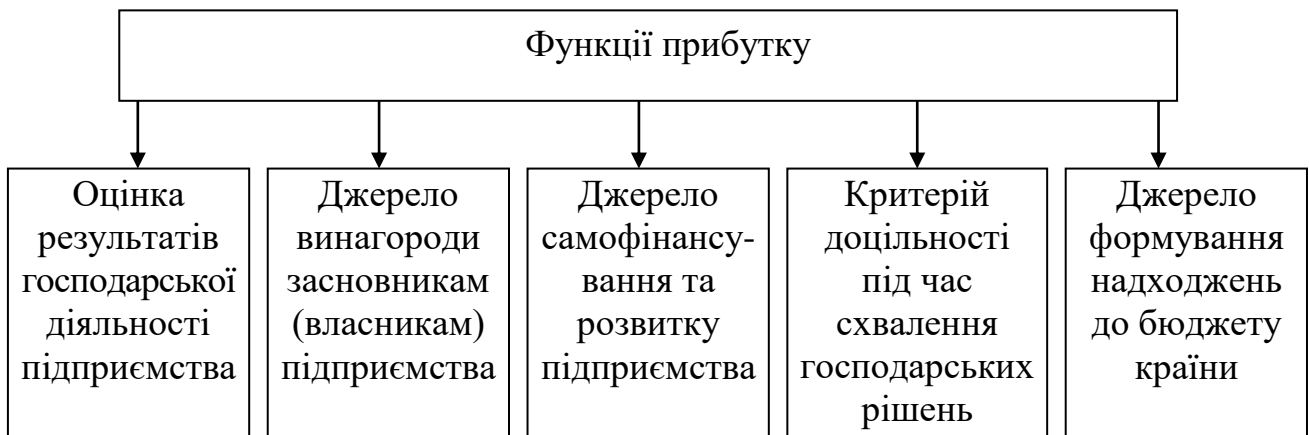


Рисунок 12.1 – Функції прибутку

Прибуток є стрижнем і головною рушійною силою економіки ринкового типу, основним спонукальним мотивом діяльності підприємців в умовах ринку, певним гарантом прогресу економічної системи, а відсутність прибутку – яскравий доказ регресу й соціальної напруженості. Вважають, що прибуток є основним джерелом фінансових ресурсів на мікро- і макрорівні. А значення прибутку як показника, який найбільш повно відображає ефективність виробництва, обсяг й якість виробленої продукції, рівень продуктивності праці, динаміку рівня собівартості та характеризує інтенсифікацію виробництва за будь-якої форми власності, досить багатогранна й важко оцінима.

Отже, прибуток як економічний показник дає змогу поєднувати економічні інтереси держави, підприємства, як господарюючого суб'єкта, працівників і власників підприємства.

12.2 Види прибутку підприємства

Важливим для комплексного розуміння сутності прибутку є питання класифікації його різновидів. У таблиці 12.1 наведено перелік основних класифікаційних ознак та видів прибутку суб'єкта господарювання.

Таблиця 12.1 – Класифікаційна система прибутку

Класифікаційна ознака	Види прибутку за класифікаційною ознакою
1. Стадія формування	<ul style="list-style-type: none"> – прибуток до оподаткування; – чистий прибуток
2. Сукупність витрат, що враховуються при обчисленні	<ul style="list-style-type: none"> – валовий; – операційний; – маржинальний
3. Сфера створення	<ul style="list-style-type: none"> – прибуток від продажу продукції (виконання робіт, надання послуг); – прибуток від іншої реалізації; – прибуток від позареалізаційних операцій
4. Напрями розподілу	<ul style="list-style-type: none"> – спожитий; – капіталізований;
5. Спосіб обчислення	<ul style="list-style-type: none"> – сукупний; – на одиницю продукції (робіт, послуг); – граничний;
6. Факт урахування впливу інфляційних процесів	<ul style="list-style-type: none"> – номінальний; – реальний
7. Регулярність формування	<ul style="list-style-type: none"> – прибуток, що регулярно формується; – надзвичайний прибуток
8. Особливості оподаткування	<ul style="list-style-type: none"> – прибуток, що оподатковується у звичайному порядку; – прибуток, для якого передбачена спеціальна технологія оподаткування, в т. ч. прибуток, що не підлягає оподаткуванню
9. Аналізований період формування	<ul style="list-style-type: none"> – прибуток попереднього періоду; – прибуток звітного періоду; – прибуток планового періоду
10. Значення остаточного результату господарювання	<ul style="list-style-type: none"> – додатний результат (прибуток); – від'ємний результат

12.3 Порядок формування прибутку підприємства

Існуючий порядок формування прибутку підприємства закріплено у Національному положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності».

Типовий порядок визначення чистого фінансового результату діяльності підприємства зображено на рисунку 12.2.

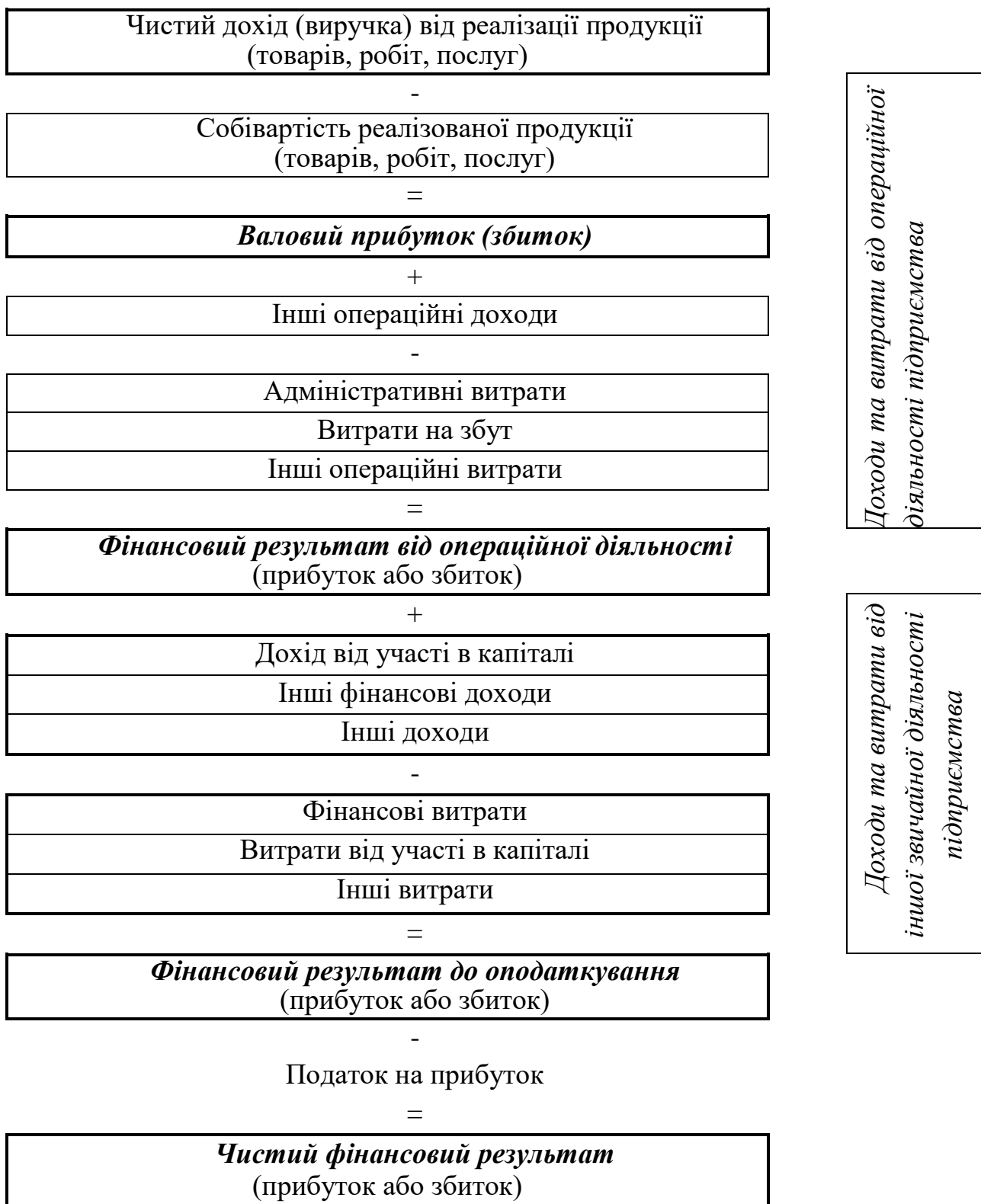


Рисунок 12.2 – Схема визначення фінансового результату діяльності підприємства

12.4 Розподіл і напрями використання чистого прибутку підприємства

Процес розподілу відбувається прибутку підприємства в такі етапи:

– розподіл прибутку від звичайної діяльності між державою і підприємством. Визначення пропорцій розподілу є принциповим питанням фінансової політики держави і відбувається під впливом багатьох факторів. Результатом фінансових концепцій є величина податків, що сплачуються за рахунок прибутку, ставка оподаткування, база оподаткування, надання податкових пільг та ін.;

– розподіл чистого прибутку. При цьому можуть формуватися цільові фонди: резервний (страховий), розвитку виробництва, матеріального заохочення, соціального розвитку, фонд дивідендних виплат та інші.

Законодавчо розподіл прибутку регулюється в тій його частині, яка надходить до бюджетів різних рівнів у вигляді податків та інших обов'язкових платежів. Визначення напрямків витрачання прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства, структури статей його використання знаходиться в компетенції підприємства та фіксується в його статуті.

Можливі напрями розподілу чистого прибутку представлені на рисунку 12.3.

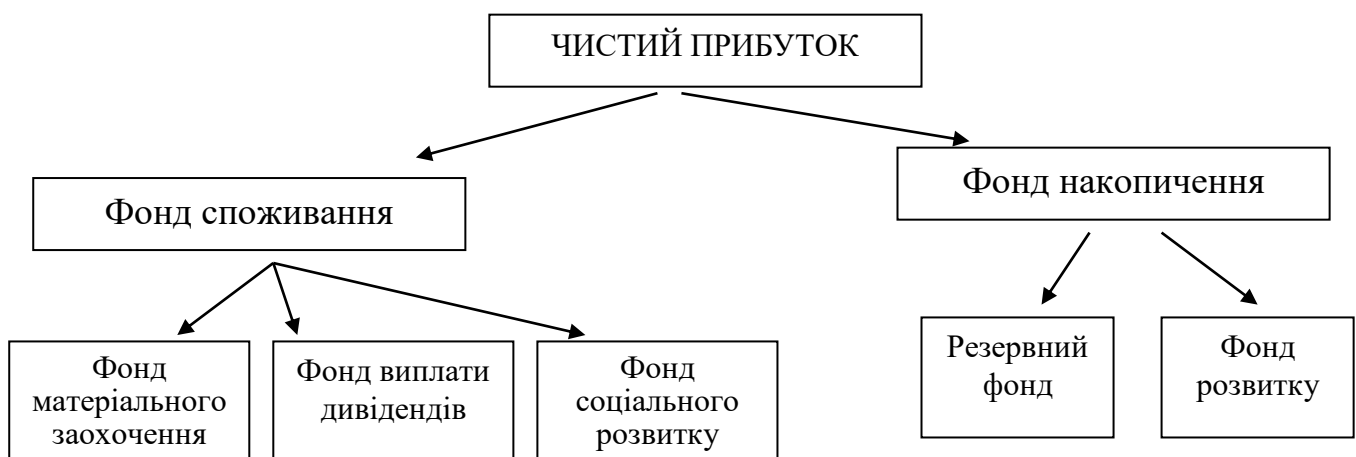


Рисунок 12.3 – Можливі напрями використання чистого прибутку на підприємстві

12.5 Резерви зростання прибутку підприємства

Резерви зростання прибутку – це кількісні можливості збільшення прибутку підприємства.

Визначення основних напрямів пошуку резервів збільшення прибутку передбачає класифікацію факторів, що впливають на можливість і розміри їх отримання, на внутрішні і зовнішні (рис. 12.4).

До зовнішніх можна віднести систему оподаткування, державне регулювання цін, нормативні документи галузі, в якій працює підприємство, умови та ставки кредитування.

Внутрішні фактори поділяються на виробничі та невиробничі.

Виробничі фактори характеризують наявність і використання засобів і предметів праці, трудових і фінансових ресурсів і в свою чергу поділяються на екстенсивні та інтенсивні.

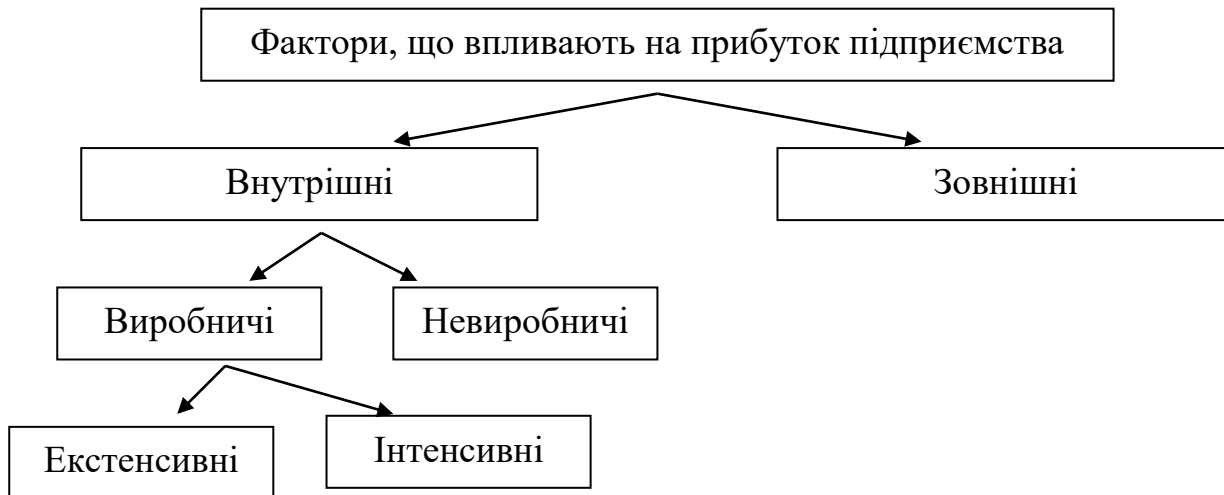


Рисунок 12.4 – Класифікація факторів, що впливають на прибуток підприємства

Екстенсивні фактори впливають на процес одержання прибутку через кількісні зміни: обсяг засобів і предметів праці, фінансових ресурсів, часу роботи обладнання, чисельності персоналу, фонду робочого часу тощо.

Інтенсивні фактори впливають на процес отримання прибутку через якісні зміни: підвищення продуктивності обладнання і його якості, застосування прогресивних видів матеріалів і удосконалення технології їх обробки, прискорення обертання оборотних засобів, підвищення кваліфікації і продуктивності праці персоналу, зниження матеріалоємності продукції, удосконалення організації праці і більш ефективного використання фінансових ресурсів тощо.

До невиробничих факторів належать: постачальницько-збутова і природоохоронна діяльність, соціальні умови праці побуту тощо.

Резерви зростання прибутку виявляються на стадіях планування та безпосереднього виробництва і реалізації продукції та можуть бути отримані завдяки:

- збільшенню обсягу випуску і реалізації продукції;
- зменшенню витрат на виробництво і реалізацію продукції;
- постійному зниженню позареалізаційних збитків;

- підвищення якості продукції, що реалізується;
- удосконаленню структури продукції.



Питання для самоконтролю знань:

1. Дайте визначення поняття «прибуток підприємства».
2. Які функції виконує прибуток в ринковій економіці?
3. Які види прибутку Ви знаєте?
4. Які чинники впливають на прибуток підприємства?
5. Розкрийте основні етапи розрахунку фінансового результату діяльності підприємства.
6. Охарактеризуйте основні принципи розподілу прибутку підприємств.
7. Яка основна мета розподілу прибутку підприємства?
8. Назвіть основні напрями розподілу і використання чистого прибутку на підприємстві.
9. Які методи планування прибутку підприємства ви знаєте? Дайте їх характеристику.
10. Назвіть резерви зростання прибутку від операційної діяльності підприємства.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3
ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА.
РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО
ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

ТЕМА 13 ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ
ЇЇ ОЦІНКИ



Питання для теоретичної підготовки:

1. Поняття ефекту як результату діяльності підприємства, його види.
2. Сутнісна характеристика та класифікація ефективності господарської діяльності підприємства.
3. Система показників для оцінки ефективності діяльності підприємства.
4. Оцінка ефективності інвестиційних проектів підприємства.
5. Чинники підвищення ефективності діяльності підприємства.



**Ключові
поняття:**

ефект, види ефекту, ефективність, економічна ефективність, соціальна ефективність, абсолютна ефективність, порівняльна ефективність, узагальнюючі показники ефективності виробництва, показники ефективності інвестиційного проекту

Розкриття змісту ключових питань теми

13.1 Поняття ефекту як результату діяльності підприємства, його види

Ефект – це різниця між результатами діяльності та витратами, отриманими для їх отримання і використання.

Ефект може бути:

- а) додатній (позитивний);
- б) від’ємний (негативний).

Ефект може *вимірюватися*:

а) вартісними показниками: загальний дохід, валовий дохід, чистий дохід, прибуток.

б) натуральними показниками: обсягом додатково виробленої чи спожитої продукції (тобто штуками, кубічними або квадратними метрами, тоннами тощо);

в) соціальними показниками: зниженням захворюваності або смертності, виробничого травматизму, підвищенням середньої тривалості життя й ін.

Залежно від витрат, що враховуються, і результатів інтегральних показників розрізняють наступні **види ефекту**:

– *економічний* – виражений у вартісній (грошовій) формі результат будь-яких господарських заходів (чистий дохід, прибуток, чистий прибуток);

– *науково-технічний* – є результатом науково-прикладних, дослідно-конструкторських розробок (новизна, корисність, надійність);

– *ресурсний* (споживання того або іншого виду ресурсу);

– *соціальний* (питома вага прибутку направлено на соціальний розвиток, середня заробітна плата 1 працівника, доля прибутку, що направляється на виплату дивідендів, доля працівників, зайнятих ручною працею й ін.);

– *екологічний* (шум, випромінювання й інші показники фізичного стану навколишнього середовища).

Слід зазначити, що для дослідження ефективності діяльності (функціонування) підприємств необхідно розрізняти такі види **ефектів**:

1. Первинний ефект – це початковий одноразовий ефект, що його одержано внаслідок здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства (організації), запровадження прибуткових технічних, організаційних або економічних заходів.

Первинна (початкова) ефективність майже завжди примножується завдяки різноспрямованому та багаторазовому використанню названих заходів не лише на цьому, а й на інших підприємствах, в інших сферах діяльності. Тоді можна казати про так званій **мультиплікаційний ефект**, що виявляється здебільшого в кількох специфічних формах – дифузійному й резонансному ефектах, а також ефектах «стартового вибуху», супровідних можливостей та акселерації.

2. Дифузійний ефект реалізується тоді, коли певне господарсько-управлінське рішення, нововведення технічного, організаційного, економічного чи соціального характеру поширюється на інші галузі, внаслідок чого відбувається його мультиплікація.

3. Резонансний ефект має місце тоді, коли якийсь нововведення в певній галузі активізує і стимулює розвиток інших явищ у виробничій сфері.

4. Ефект «стартового вибуху» – це своєрідна «ланцюгова реакція» в перспективі. Він можливий за умови, коли певний «стартовий вибух» стає початком наступного лавиноподібного збільшення ефекту в тій самій або в іншій галузі виробництва чи діяльності.

5. У процесі створення будь-яких матеріальних цінностей з'являються *супровідні ефекти* (можливості) з певним цільовим результатом. Такі можливості виявляються у вигляді різних проміжних і побічних результатів (ефектів), використання виробничих і побутових відходів тощо.

У будь-якій діяльності має місце також *ефект акселерації* (від лат. *accele*го – прискорюю), який означає прискорення темпів поширення і застосування якогось конкретного позитивного результату.

6. *Синергічний ефект* (від гр. *synergis* – діючий спільно) виражає такий комбінований вплив сукупності тих чи тих інновацій на фінансово-економічний стан суб'єкта господарювання, коли загальний ефект перевищує суто арифметичну суму впливу на виробництво (діяльність) кожної інновації зокрема, тобто коли кожна інновація посилює вплив усіх інших.

Межі між окремими формами мультиплікаційної ефективності є досить умовними, рухливими та відносними. Діалектичний взаємозв'язок цих форм полягає в тому, що всі вони разом формують загальний інтегрований ефект від практичної реалізації того чи того управлінського рішення.

13.2 Сутнісна характеристика та класифікація ефективності господарської діяльності підприємства

Ефективність – це економічна категорія, що відображає співвідношення між одержаними результатами і витраченими на їх досягнення ресурсами.

Процес формування результатів і ефективності виробництва показано на рисунку 13.1.

В загальному вигляді ефективність можна визначити за формулою

$$\text{Ефективність(продуктивність)} = \frac{\text{Результати}}{\text{Ресурси(витрати)}}. \quad (13.1)$$

Учені-економісти висунули чимало пропозицій стосовно вирішення питання того, що вважати результатами виробництва, а що – витратами, які зумовили появу цих результатів. Але з усієї їх множини найбільш обґрунтовані точки зору можна об'єднати в межах таких трьох підходів:

1) ресурсний, коли економічний результат порівнюється з економічною оцінкою виробничих ресурсів, які застосовуються під час виробництва;

2) витратний, коли економічний результат порівнюється з поточними витратами, які безпосередньо пов'язані з його досягненням;

3) ресурсно-витратний, коли до уваги береться як певна оцінка наявних ресурсів, так і оцінка поточних витрат.

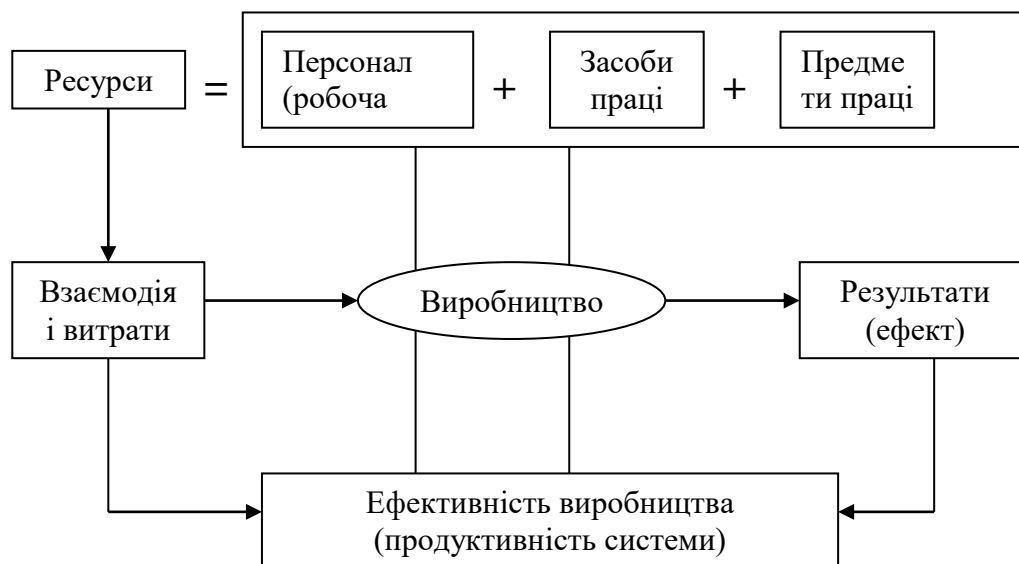


Рисунок 13.1 – Схема формування результатів і ефективності виробництва (продуктивності виробничо-економічної системи)

Що стосується чисельника формули ефективності, то тут також можна виділити три найзагальніші підходи:

- 1) за результат береться валова вартість створеного за певний період продукту;
- 2) за результат беруть прибуток. Це досить поширений підхід, і при його застосуванні утворюється ціла множина показників рентабельності;
- 3) за результат береться сума прибутку та амортизації.

Класифікацію ефективності виробництва можна проводити за окремими ознаками.

За різноманітністю одержуваних результатів (ефектів) господарської діяльності підприємства розрізняють:

– *економічну ефективність* – формами прояву якої є різноманітні економічні ефекти: зростання продуктивності праці, зниження собівартості продукції, що виготовляється, збільшення прибутку, зниження матеріаломісткості, фондомісткості, трудомісткості продукції тощо;

– *соціальну ефективність* – зводиться до скорочення тривалості робочого тижня, збільшення нових робочих місць і рівня зайнятості людей, поліпшення умов праці та побуту, стану оточуючого середовища, загальної безпеки життя тощо.

За характером здійснюваних витрат:

– *ефективність застосовуваних ресурсів*: ефективність виробничих фондів, ефективність трудових ресурсів, ефективність нематеріальних активів;

– *ефективність витрат*: ефективність капітальних вкладень, ефективність поточних витрат, ефективність сукупних витрат.

В залежності від об'єкту, стосовно якого визначають результативність його функціонування, розрізняють:

– *локальний (госпрозрахунковий) ефект* означає конкретний результат виробничо-господарської чи іншої діяльності даного підприємства, внаслідок якої він, має певний зиск;

– *народногосподарський ефект* – спільний ефект у сферах виробництва і споживання відповідних виробів (якщо виробництво продукції на даному підприємстві вимагає додаткових витрат ресурсів, але її споживання (використання) на іншому підприємстві пов'язане з меншими експлуатаційними витратами або іншими позитивними наслідками діяльності).

За метою визначення:

– *абсолютну ефективність* – характеризує загальну або питому (в розрахунку на одиницю витрат чи ресурсів) його величину, яку має підприємство від своєї діяльності за певний проміжок часу;

– *порівняльну ефективність* – визначається шляхом порівняння можливих варіантів господарювання і вибору кращого з них.

13.3 Система показників для оцінки ефективності діяльності підприємства

Система показників ефективності виробництва (діяльності) включає кілька груп:

- 1) показники ефективності використання виробничих основних фондів;
- 2) показники ефективності використання оборотних фондів;
- 3) показники ефективності використання праці (персоналу);
- 4) узагальнюючі показники ефективності виробництва (діяльності підприємства).

Кожна з перелічених груп охоплює певну кількість конкретних абсолютних чи відносних показників, що характеризують загальну ефективність виробництва (діяльності підприємства) або ефективність використання окремих видів ресурсів, які показано у таблиці 13.1.

Таблиця 13.1 – Показники ефективності використання основних фондів

Назва	Визначення	Формула
Фондовіддача	Відношення вартості виготовленої продукції (за гуртовими цінами) за рік (ВП) до середньорічної вартості основних фондів (ОВФ)	$\Phi В = ВП / ОВФ$
Фондомісткість	Обернений до фондовіддачі	$\Phi м = ОВФ / ВП = 1 / \Phi В$
Рентабельність основних фондів	Відношення прибутку (П), одержаного за певний період, до середньої вартості основних фондів за той самий період (ОВФ)	$Рф = П / ОВФ$
Коефіцієнт інтенсивного використання обладнання	Відношення обсягу виготовленої продукції за певний період у натуральних або вартісних показниках (ВП) до виробничої потужності обладнання у відповідних показниках (Побл)	$Кінт = ВП / Побл$
Коефіцієнт змінності обладнання	Відношення кількості відпрацьованих верстатозмін (Кет зм) до кількості одиниць обладнання (П)	$Кзм = Кст зм / П$

Таблиця 13.2 – Показники ефективності використання оборотних фондів

Назва	Визначення	Формула
Коефіцієнт оборотності	Відношення вартості виготовленої продукції (за гуртовими цінами) за певний період (ВП) до середніх залишків оборотних фондів (ОЗ)	$Коб = ВП / ОЗ$
Коефіцієнт завантаження	Обернений до коефіцієнта оборотності	$Кзав = ОЗ / ВП = 1 / Коб$
Тривалість обороту	Відношення кількості днів у періоді (Д) до коефіцієнта оборотності за цей період (Коб)	$Тоб = Д / Коб$
Рентабельність оборотних фондів	Відношення прибутку (П), одержаного за певний період, до середніх залишків оборотних фондів за той самий період (ОЗ)	$Рф = П / ОЗ$

Таблиця 13.3 – Показники ефективності використання праці (трудових ресурсів)

Назва	Визначення	Формула
Продуктивність праці	Відношення вартості або кількості виготовленої продукції (ВП) до витрат живої праці, що відображається кількістю відпрацьованих людино-годин (ЖП).	$ПП = ВП/ЖП$
Трудомісткість продукції	Обернений до продуктивності праці. Відображає витрати праці на виготовлення одиниці продукції	$Тм = ЖП/ВП = 1/ПП$
Фондоозброєність	Відношення середньої вартості основних фондів за певний період (ОВФ) до середньооблікової чисельності працівників (СОЧ) за той самий період	$Фо = ОВФ/СОЧ$
Зарплатомісткість продукції	Відношення фонду плати праці (Фоп) до вартості виготовленої продукції (у гуртових цінах) за певний період (ВП)	$Зм = Фоп/ВП$

Таблиця 13.4 – Узагальнюючі показники ефективності діяльності підприємства

Назва	Визначення	Формула
1	2	3
Норма прибутковості (норма рентабельності)	Відношення прибутку (П), одержаного за певний період, до суми середньої вартості основних фондів за той самий період (ОВФ) та середніх залишків оборотних засобів (ОЗ)	$Нпр = П / (ОВФ + ОЗ)$
Рентабельність продукції	Відношення прибутку (П), одержаного за певний період від реалізації продукції, до собівартості цієї продукції (С)	$Рпрод = П / С$
Коефіцієнт ефективності застосовуваних ресурсів	Відношення чистої продукції в порівнянних цінах за рік (ЧП) до витрат ресурсів, що відображені чисельністю працівників (Чпр) середньою вартістю основних фондів (ОВФ) та середніми залишками оборотних засобів (ОЗ) за рік, скоригованими на коефіцієнт повних витрат праці (Кпвп)	$Кер = ЧП / [Чпр + (ОВФ + ОЗ) * Кпвп]$
Коефіцієнт ефективності окремих проектів	Відношення приросту прибутку (зниження собівартості) (АП) до суми капітальних витрат (КВ)	$Еп = АП / КВ$
Коефіцієнт ефективності нових підприємств	Відношення проектного прибутку до капітальних витрат	$Енп = П / КВ$

3-поміж узагальнюючих показників ефективності виробництва (діяльності) того чи того первинного суб'єкта господарювання виокремлюють насамперед відносний рівень задоволення потреб ринку. Він визначається як відношення очікуваного або фактичного обсягу продажу товарів (надання послуг) суб'єктом господарювання до виявленого попиту споживачів.

До важливих узагальнюючих показників ефективності виробництва (діяльності) належить також частка приросту продукції за рахунок інтенсифікації виробництва. Це зумовлюється тим, що за ринкових умов господарювання вигіднішим економічно й соціально є не екстенсивний, а саме інтенсивний розвиток виробництва. Визначення частки приросту продукції за рахунок інтенсифікації виробництва здійснюється за формулою:

$$Ч_{int} = 100 * \left(1 - \frac{\Delta P_3}{\Delta V_B}\right) \quad (13.2)$$

де $Ч_{int}$ – частка приросту обсягу продукції, зумовлена інтенсифікацією виробництва,

ΔP_3 – приріст застосовуваних ресурсів за певний період (розрахунковий рік), %;

ΔV_B – приріст обсягу виробництва продукції за той самий період (рік), %.

13.4 Оцінка ефективності інвестиційних проектів підприємства

Існують такі методи оцінювання ефективності інвестиційного проекту підприємства:

– який не враховує дію фактора часу й використовується на етапі попереднього відбору проектів;

– який ґрунтується на врахуванні дії фактора часу (дисконтуванні чи компаундуванні) і слугує цілям остаточного відбору найкращих варіантів з наявних альтернатив.

Основними фінансово-економічними показниками оцінювання інвестиційних проектів без урахування дії фактора часу є:

1) *період окупності* показує, за який період надходження від реалізації проекту покривають початкові інвестиції. Він визначається за формулою

$$T_o = \frac{KB}{D}, \quad (13.3)$$

$$D = \Pi_q + A, \quad (13.4)$$

де T_o – період окупності, роки;

КВ – початкові інвестиції, грош. од.;
 Д – середньорічний чистий грошовий потік, грош. од.;
 П_ч – чистий середньорічний прибуток, грош. од.;
 А – середньорічні амортизаційні відрахування, грош. од.

2) **коефіцієнт ефективності інвестицій** характеризує віддачу від інвестованих коштів і визначається за формулою

$$I_k = \frac{Д}{КВ}, \quad (13.5)$$

де I_k – коефіцієнт ефективності інвестицій.

Метод оцінювання інвестиційних проектів з урахуванням дії фактора часу передбачає використання таких показників:

1) **чиста приведена вартість проекту** (цей показник інколи називають – чистий дисконтований дохід, чиста сучасна вартість, чистий приведений ефект) визначають за формулою

$$NPV = \sum_{t=1}^m \frac{Д_t}{(1+p)^t} - K_0, \quad (13.6)$$

де NPV – чиста приведена вартість проекту, грош. од.;

p – ставка дисконту;

K_0 – інвестиції у 0-му році, тобто році здійснення інвестицій, грош. од.;

m – тривалість періоду, за який визначається NPV.

Якщо інвестиції здійснюються протягом кількох років, то тоді дисконтуванню підлягають як чисті грошові потоки, що відображають поточні результати й витрати, так і інвестиційні витрати:

$$NPV = \sum_{t=1}^t \frac{Д_t}{(1+p)^t} - \sum_{t=1}^t \frac{К_t}{(1+p)^t}, \quad (13.7)$$

де K_t – інвестиції в t-му році, грош. од.

Проект вважається доцільним, якщо NPV має додатне значення, тобто дисконтовані чисті грошові потоки від проекту є більшими за вкладені інвестиції.

2) **внутрішня норма рентабельності (IRR)**, яку ще називають нормою рентабельності, порогом рентабельності, показує той рівень ставки дисконту, за якого чиста приведена вартість проекту дорівнює нулю, тобто дисконтовані чисті грошові потоки дорівнюють початковим інвестиціям:

$$IRR = p, \text{ за якого } NPV = 0. \quad (13.8)$$

Проекти приймаються до виконання, якщо рівень їх IRR є вищим за визначений керівництвом підприємства бажаний (нормативний) рівень

рентабельності для проектів певного спрямування. Інколи таким критерієм вважають показник середньозваженої вартості капіталу (*WACC*). Якщо *IRR* певного проекту є нижчим за встановлений нормативний рівень рентабельності, то проект відхиляють.

3) *індекс прибутковості* (індекс рентабельності) *PI* визначають як відношення дисконтованого чистого грошового потоку до дисконтованих інвестиційних витрат і обчислюють за формулою

$$PI = \sum \frac{D_t}{(1+p)^t} : \sum \frac{K_t}{(1+p)^t} \quad (13.9)$$

Проект вважається ефективним, якщо індекс прибутковості більший за 1.

13.5 Чинники підвищення ефективності діяльності підприємства

Підвищення ефективності діяльності підприємства може здійснюватися за такими напрямками:

1. *Ресурсний* – відображає першочергову необхідність підвищення ефективності використання наявних ресурсів (основних та оборотних фондів, персоналу).

2. *Організаційний* – це пошук можливостей підвищення ефективності за рахунок кращої організації тих процесів, що відбуваються на підприємстві. При цьому насамперед увага звертається на ефективність управління. Важливою складовою ефективності підприємства, а отже, і значним резервом її підвищення, є організація виробничого процесу. У конкретних умовах підприємства слід проаналізувати всі аспекти, що визначають ефективність організації робіт, – від рівня робочого місця окремого робітника чи спеціаліста до рівня підприємства в цілому.

3. *Технологічний*. Вирішення проблеми технологічного відставання особливо актуальне для українських підприємств. Причому проблема ця є комплексною і має, принаймні, два компоненти: матеріальний та нематеріальний. Перший з них – це удосконалення технічної бази, а другий – організаційно-правові проблеми. На думку багатьох економістів, подолання технічного і технологічного відставання потребує не просто переходу на сучасні технології, а впровадження комплексу відносин, що називається корпоративною культурою.

Намагання виділити в оцінці ефективності діяльності підприємства та в пошуку шляхів підвищення останньої окремі структурні компоненти зумовлено бажанням спростити розуміння зазначених проблем. Проте зрозуміло, що

насправді ці проблеми комплексні, отже, для їх вирішення слід застосовувати комплексний, системний підхід, ретельно досліджуючи всі підрозділи, служби підприємства та ті процеси, які в них відбуваються. Тільки на основі системного аналізу можна отримати справді адекватну оцінку стану справ на підприємстві та розробити ефективні заходи щодо його поліпшення.



Питання для самоконтролю знань:

1. Дайте визначення поняття «ефект». Які види ефекту Ви знаєте?
2. Розкрийте поняття «ефективність».
3. Назвіть основні підходи до визначення витрат та результатів.
4. Які основні напрямки визначення ефективності?
5. Назвіть основні ознаки класифікації видів ефективності.
6. Які основні показники характеризують ефективність використання основних фондів?
7. Які основні показники характеризують ефективність використання оборотних фондів?
8. Які основні показники характеризують ефективність використання персоналу?
9. Які Ви знаєте узагальнюючі показники ефективності діяльності підприємства?
10. Назвіть основні методи оцінювання ефективності інвестиційного проекту підприємства.
11. Які основні показники застосовуються при визначенні ефективності в інвестиційному проектуванні?
12. Назвіть чинники, які впливають на ефективність діяльності підприємства.

ТЕМА 14 ФІНАНСОВО-МАЙНОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА ТА МЕТОДИ ЙОГО ОЦІНКИ



Питання для теоретичної підготовки:

1. Поняття фінансово-майнового стану підприємства, мета і завдання його дослідження.
2. Методи оцінки фінансово-майнового стану підприємства.
3. Показники фінансового стану підприємства.



Ключові поняття:

фінансовий стан підприємства майновий стан підприємства; методи фінансового аналізу; прийоми фінансового аналізу; фінансова звітність; ліквідність підприємства; платоспроможність підприємства; фінансова стійкість підприємства; ділова активність підприємства

Розкриття змісту ключових питань теми

14.1 Поняття фінансово-майнового стану підприємства, мета і завдання його дослідження

Фінансово-майновий стан підприємства характеризується сукупністю показників, що відображають наявність, розміщення та ефективність використання фінансових та майнових ресурсів підприємства, його наявні й потенційні фінансові можливості. Фінансово-майновий стан визначається здатністю підприємства фінансувати свою діяльність.

Фінансово-майновий стан підприємства залежить від результатів його виробничої, комерційної та фінансово-господарської діяльності. Тому на нього впливають усі ці види діяльності підприємства. Передовсім на фінансовому стані підприємства позитивно позначаються безперервний випуск і реалізація високоякісної продукції. Як правило, що вищі показники обсягу виробництва і реалізації продукції, робіт, послуг і нижча їх собівартість, то вища прибутковість підприємства, що позитивно впливає на його фінансовий стан. Неритмічність виробничих процесів, погіршення якості продукції, труднощі з її реалізацією призводять до зменшення надходження коштів на рахунки підприємства, в результаті чого погіршується його платоспроможність. Існує і зворотний зв'язок, оскільки брак коштів може призвести до перебоїв у забезпеченні матеріальними ресурсами, а отже у виробничому процесі.

Фінансова діяльність підприємства має бути спрямована на забезпечення систематичного надходження й ефективного використання фінансових ресурсів, дотримання розрахункової і кредитної дисципліни, досягнення

раціонального співвідношення власних і залучених коштів, фінансової стійкості з метою ефективного функціонування підприємства.

Саме цим зумовлюється необхідність і практична значущість систематичного аналізу фінансового стану підприємства.

Аналіз фінансово-майнового стану – це процес дослідження фінансового стану і основних результатів фінансово-господарської діяльності підприємства з метою виявлення резервів підвищення його ринкової вартості та забезпечення ефективного розвитку.

Основні напрями аналізу фінансового стану підприємства наведено на рисунку 14.1.

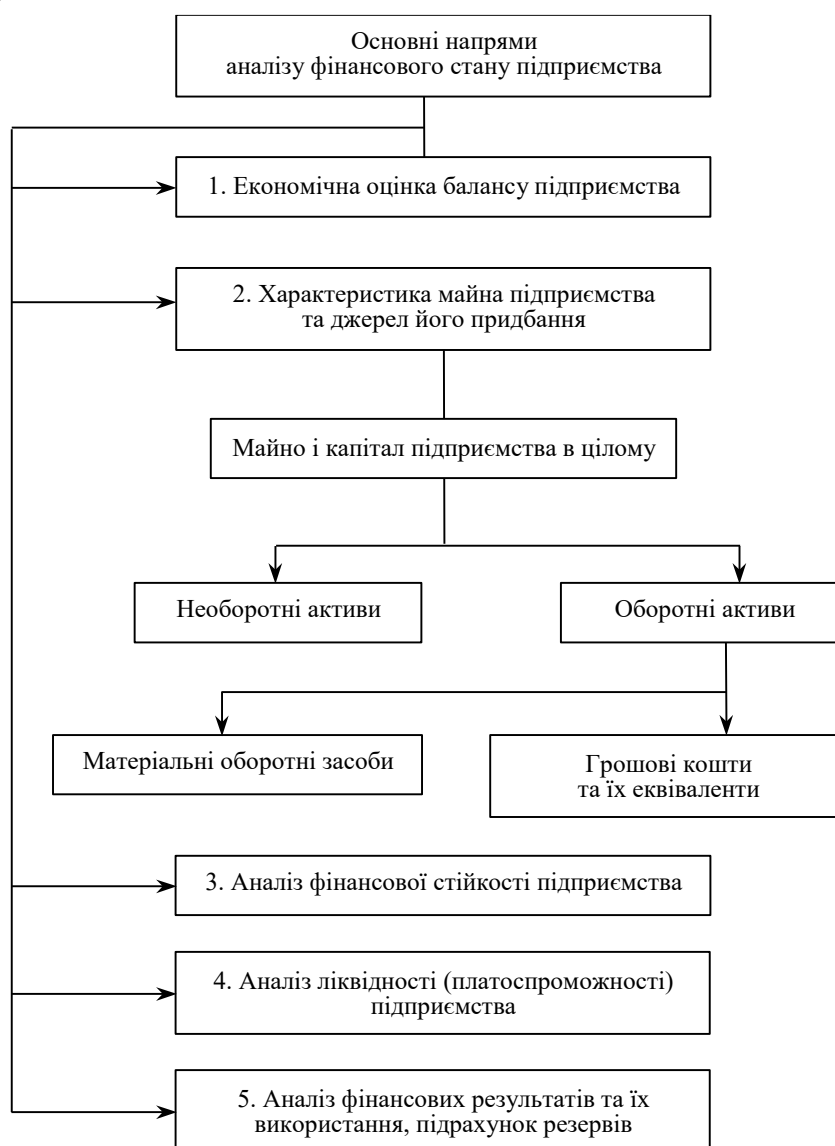


Рисунок 14.1 – Схема аналізу фінансового стану підприємства

Оснoву інформаційного забезпечення оцінки фінансового стану складає бухгалтерська звітність. Крім того, може використовуватись додаткова інформація, в основному оперативного характеру, однак вона має допоміжний характер.

Отже, необхідність та значення оцінки фінансового стану підприємства зумовлені потребою систематичного аналізу та вдосконалення роботи за ринкових відносин, переходу до самоокупності, самофінансування, потребою в поліпшенні використання фінансових ресурсів, а також пошуком у цій царині резервів зміцнення фінансової стабільності підприємства.

14.2 Методи оцінки фінансово-майнового стану підприємства

Методи фінансового аналізу – це комплекс науково-методичних інструментів та принципів дослідження фінансового стану підприємства.

Традиційна практика аналізу фінансового стану підприємства опрацювала певні прийоми й методи його здійснення. Можна назвати шість основних прийомів аналізу:

1) *горизонтальний (часовий) аналіз* – порівняння кожної позиції звітності з попереднім періодом;

2) *вертикальний (структурний) аналіз* – визначення структури фінансових показників з оцінкою впливу різних факторів на кінцевий результат;

3) *трендовий аналіз* – порівняння кожної позиції звітності з рядом попередніх періодів та визначення тренду, тобто основної тенденції динаміки показників, очищеної від впливу індивідуальних особливостей окремих періодів (за допомогою тренду здійснюється екстраполяція найважливіших фінансових показників на перспективний період, тобто перспективний прогностичний аналіз фінансового стану);

4) *аналіз відносних показників (коефіцієнтів)* – розрахунок відношень між окремими позиціями звіту або позиціями різних форм звітності, визначення взаємозв'язків показників;

5) *порівняльний аналіз* – внутрішньогосподарський аналіз зведених показників звітності за окремими показниками самого підприємства та його дочірніх підприємств (філій), а також міжгосподарський аналіз показників даної фірми порівняно з показниками конкурентів або із середньогалузевими та середніми показниками;

6) *факторний аналіз* – визначення впливу окремих факторів (причин) на результативний показник детермінованих (розділених у часі) або стохастичних (що не мають певного порядку) прийомів дослідження. При цьому факторний аналіз може бути як прямим (власне аналіз), коли результативний показник розділяють на окремі складові, так і зворотним (синтез), коли його окремі елементи з'єднують у загальний результативний показник.

14.3 Показники фінансового стану підприємства

Для оцінки фінансового стану використовують декілька груп показників:

Показники платоспроможності:

– коефіцієнт абсолютної ліквідності характеризує здатність підприємства покрити свої поточні зобов'язання за допомогою готових засобів платежу. Його рекомендоване значення становить 0,2–0,3.

$$\begin{array}{l} \text{К абс.} \\ \text{лікв.} = \end{array} \frac{\text{Грошові кошти+Поточні фінансові інвестиції}}{\text{Поточні зобов'язання}} \quad (14.1)$$

– коефіцієнт поточної ліквідності характеризує здатність підприємства покрити свої поточні зобов'язання за швидколіквідних активів. Його рекомендоване значення становить 0,7–0,8.

$$\begin{array}{l} \text{К пот.} \\ \text{лікв.} = \end{array} \frac{\text{Грошові кошти+Поточні фінансові інвестиції} \\ + \text{Дебіторська заборгованість} + \text{Готова продукція}}{\text{Поточні зобов'язання}} \quad (14.2)$$

– коефіцієнт загальної ліквідності характеризує здатність підприємства покрити свої поточні зобов'язання за допомогою ліквідних активів. Його рекомендоване значення становить більше 2.

$$\begin{array}{l} \text{К заг.} \\ \text{лікв.} = \end{array} \frac{\text{Оборотні активи}}{\text{Поточні зобов'язання}} \quad (14.3)$$

– чистий оборотний капітал (розмір власних оборотних коштів) розраховується як перевищення оборотних активів підприємства над його поточними зобов'язаннями.

$$\text{ОК.} = \text{Оборотні активи} - \text{Поточні зобов'язання} \quad (14.4)$$

Наявність чистого оборотного капіталу означає, що підприємство не тільки може погасити свої короткострокові зобов'язання, але і має резерви для розширення діяльності. Оптимальна сума чистого оборотного капіталу залежить від особливостей діяльності підприємства, зокрема від її масштабів, обсягів реалізації, тривалості обороту матеріальних запасів і дебіторської заборгованості. Значне перевищення чистого оборотного капіталу над оптимальною потребою свідчить про нераціональне використання ресурсів підприємства.

Показники фінансової стійкості:

– коефіцієнт фінансової незалежності (автономії) характеризує питому частку власного капіталу у загальному обсязі капіталу. Його оптимальне значення більше 0,5.

$$K_{\text{авт}} = \frac{\text{Власний капітал}}{\text{Загальна сума капіталу підприємства}} \quad (14.5)$$

– коефіцієнт концентрації позикового капіталу характеризує питому частку позикового капіталу у загальному обсязі капіталу. Його оптимальне значення менше 0,5.

$$K_{\text{кпк}} = \frac{\text{Позиковий капітал}}{\text{Загальна сума капіталу підприємства}} \quad (14.6)$$

– коефіцієнт фінансової залежності характеризує пропорції, в яких співвідносяться між собою позиковий і власний капітали підприємства. Коефіцієнт не повинен перевищувати 1.

$$K_{\text{фз}} = \frac{\text{Позиковий капітал}}{\text{Власний капітал}} \quad (14.7)$$

– коефіцієнт фінансової стабільності (коефіцієнт фінансування) – характеризує у скільки разів власний капітал підприємства перевищує його позиковий капітал. Коефіцієнт має перевищувати 1.

$$K_{\text{фс}} = \frac{\text{Власний капітал}}{\text{Позиковий капітал}} \quad (14.8)$$

– коефіцієнт маневреності характеризує частку власного капіталу підприємства, що використовується для фінансування його оборотних активів. Нормативне значення показника – від 0,4 до 0,6.

$$K_{\text{ман}} = \frac{\text{Власний обіговий капітал}}{\text{Власний капітал}} \quad (14.9)$$

– коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами показує, яка частка власних оборотних коштів підприємства вкладена в оборотний капітал. Його оптимальне значення більше 0,5.

$$K_{\text{звок}} = \frac{\text{Власний обіговий капітал}}{\text{Оборотні активи}} \quad (14.10)$$

– коефіцієнт забезпеченості запасів показує, яка частка матеріальних оборотних коштів фінансується за рахунок власного оборотного капіталу. Його оптимальне значення більше 0,8.

$$K_{\text{звок}} = \frac{\text{Власний обіговий капітал}}{\text{Запаси (виробничі запаси + НЗП + готова продукція + товари)}} \quad (14.11)$$

Показники ділової активності:

– коефіцієнт оборотності активів відображає швидкість обороту сукупного капіталу підприємства, тобто показує, скільки разів за аналізований період відбувається повний цикл виробництва й обіг, що приносить відповідний ефект у вигляді прибутку, або скільки грошових одиниць реалізованої продукції принесла кожна одиниця активів:

$$\text{Коб. акт.} = \frac{\text{Виручка від реалізації продукції}}{\text{Середня вартість активів}} \quad (14.12)$$

– коефіцієнт оборотності власного капіталу характеризує швидкість обороту вкладеного власного капіталу підприємства:

$$\text{Коб.вк.} = \frac{\text{Виручка від реалізації продукції}}{\text{Середня вартість власного капіталу підприємства}} \quad (14.13)$$

– коефіцієнт оборотності оборотних активів визначає кількість оборотів, яку здійснюють оборотні активи протягом звітного періоду:

$$\text{Коб. акт.} = \frac{\text{Виручка від реалізації продукції}}{\text{Середня сума оборотних активів}} \quad (14.14)$$

– тривалість обороту оборотних активів характеризується кількістю днів, протягом яких оборотні засоби проходять усі стадії одного кругообігу:

$$\text{Тоб. акт.} = \frac{\text{Кількість календарних днів за відповідний період}}{\text{Коефіцієнт оборотності оборотних активів}} \quad (14.15)$$

– коефіцієнт оборотності виробничих запасів відображає число оборотів товарно-матеріальних запасів підприємства за аналізований період:

$$\text{Коб. вир. зап.} = \frac{\text{Собівартість реалізованої продукції}}{\text{Середня вартість виробничих запасів}} \quad (14.16)$$

– тривалість обороту виробничих запасів характеризується кількістю днів, протягом яких виробничі запаси проходять усі стадії одного кругообігу:

$$T_{\text{вир. зап.}} = \frac{\text{Кількість календарних днів за відповідний період}}{\text{Коефіцієнт оборотності виробничих запасів}} \quad (14.17)$$

– коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості показує, кількість оборотів дебіторської заборгованості:

$$K_{\text{об.деб.зад.}} = \frac{\text{Виручка від реалізації продукції}}{\text{Середня сума дебіторської заборгованості}} \quad (14.18)$$

– середній термін погашення дебіторської заборгованості:

$$T_{\text{деб. зад.}} = \frac{\text{Кількість календарних днів за відповідний період}}{\text{Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості}} \quad (14.19)$$

– коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості показує скільки потрібно оборотів для оплати виставлених рахунків. Зростання коефіцієнта означає збільшення швидкості оплати заборгованості підприємства, зниження – ріст покупок у кредит:

$$K_{\text{об.кр.зад.}} = \frac{\text{Собівартість реалізованої продукції}}{\text{Середня сума кредиторської заборгованості}} \quad (14.20)$$

– середній термін оплати кредиторської заборгованості:

$$T_{\text{кр. зад.}} = \frac{\text{Кількість календарних днів за відповідний період}}{\text{Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості}} \quad (14.21)$$

– операційний цикл – проміжок часу між придбанням запасів для здійснення діяльності та отриманням коштів від реалізації виробленої з них продукції або товарів і послуг та розраховується як сума тривалості обороту засобів в розрахунках та тривалості обороту виробничих запасів:

$$OЦ = T_{\text{вир. зап.}} + T_{\text{деб. зад.}} \quad (14.22)$$

– фінансовий цикл представляє собою період повного обороту коштів, інвестованих в оборотні активи, починаючи з моменту погашення кредиторської заборгованості за отриману сировину, матеріали й напівфабрикати та закінчуючи оплаченою дебіторською заборгованістю за поставлену готову продукцію:

$$\text{ФЦ} = \text{ОЦ} - \text{Ткр. зад.} \quad (14.23)$$

– **Показники рентабельності** характеризують ефективність використання всіх видів ресурсів, які забезпечили одержання певного загального доходу.

– Рентабельність власного капіталу:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Власний капітал}} \quad (14.24)$$

– Рентабельність активів:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Загальна сума активів}} \quad (14.25)$$

Якщо останній коефіцієнт нижчий за відсоткову ставку за довгостроковими кредитами – фінансовий стан підприємства незадовільний.

– Рентабельність виробництва:

$$R_v = \frac{\text{Валовий прибуток}}{\text{ОФ}_{cp} + \text{ОЗ}_{н.ср}} \quad (14.26)$$

Межі рентабельності не встановлюються.



Питання для самоконтролю знань:

1. Дайте визначення поняття «фінансовий стан підприємства». Назвіть сновні напрями аналізу фінансового стану.

2. Які методи використовують для оцінки фінансово-майнового стану підприємства?

3. Які показники використовують для оцінки платоспроможності підприємства? Розкрийте їх сутність.

4. Які показники визначають фінансову стійкість підприємства? Розкрийте їх сутність.

5. Які показники використовують для аналізу ділової активності підприємства? Розкрийте їх сутність.

Тема 15 Сучасні теорії та моделі розвитку підприємства. Трансформація (реструктуризація) підприємств у процесі розвитку



Питання для теоретичної підготовки:

1. Сутність та концепції розвитку підприємства.
2. Сучасні тенденції організаційного розвитку підприємства.
3. Характеристика сучасних моделей розвитку підприємств.
4. Сутність трансформації, її види, напрями та форми.
5. Організаційні форми та порядок проведення реструктуризації підприємств.



Ключові поняття:

розвиток підприємства, зростання підприємства, «революційна» концепція розвитку (реінжиніринг), «еволюційна» концепція розвитку (організаційний розвиток), варіанти розвитку підприємства, трансформація підприємства, реструктуризація підприємства, реорганізація підприємства

Розкриття змісту ключових питань теми

15.1 Сутність та концепції розвитку підприємства

Розвиток – є важливою передумовою ефективності функціонування вітчизняних підприємств, суттєвою перевагою у конкурентній боротьбі і запорукою успіху, а ринкове середовище його функціонування є відображенням стану та динаміки економічних та соціальних процесів.

Видові прояви процесів розвитку на підприємстві можна класифікувати за рядом ознак:

за масштабом змін:

- загальнокорпоративний розвиток;
- внутрішньокорпоративний розвиток (розвиток структурних одиниць; розвиток бізнес-процесів (бізнес-функцій)).

за якістю змін:

- прогресивний розвиток;
- регресивний розвиток.

залежно від об'єкта змін:

- організаційний розвиток – сукупність змін, які ведуть до удосконалення (погіршення) системи управління діяльністю підприємства, в тому числі виділяється:

- структурний розвиток;
- функціональний розвиток;
 - *техніко-технологічний розвиток* – зміни техніко-технологічної системи підприємства;
 - *соціальний розвиток* – сукупність змін, що спричинюють покращання (погіршення) соціально-психологічного клімату на підприємстві, а також його перехід на якісно новий рівень;
 - *економічний розвиток* – сукупність безперервних змін, які приводять до удосконалення (погіршення) методів, способів, форм економічних розрахунків та економічної роботи к цілому.

залежно від характеру змін:

- *спрямований розвиток*;
- *циклічний розвиток*;
- *спіральний розвиток*.

залежно від типу тренду:

- *лінійний розвиток* – сукупність змін, загальний напрямок яких може бути апроксимований у лінійну функцію;
- *нелінійний розвиток* – сукупність змін, загальний напрямок яких має нелінійний характер.

залежно від динаміки змін:

- *рівномірний розвиток (еволюційний)* (рівноприскорений розвиток, рівноуповільнений розвиток);
- *нерівномірний розвиток (революційний)* (нерівномірно прогресуючий розвиток, стрибкоподібний розвиток).

залежно від рівня невизначеності процесів:

- *прогнозований розвиток*;
- *непередбачуваний (випадковий) розвиток*.

залежно від характеру змін:

- *екстенсивний (кількісний) розвиток*;
- *інтенсивний (якісний) розвиток*.

залежно від можливості управління змінами:

- *керований розвиток*;
- *спонтанний розвиток*.

залежно від характеру змін:

- *локальний розвиток*;
- *інтегрований розвиток*;
- *загальносистемний розвиток*.

Отже, *розвиток підприємств* – це сукупність змін різної економічної природи, спрямованості, інтенсивності, що об'єктивно відбуваються у соціально-економічних системах під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів, а також ведуть до різних станів підприємства.

Розвиток підприємства означає якісні зміни та оновлення його господарської системи та організаційної структури, підвищення ефективності функціонування на основі вдосконалення техніки, технології та організації праці у всіх структурних підрозділах, підвищення якості продукції та послуг, що ним надаються.

Як правило, поштовхом до змін є кризові ситуації. Зміни в стратегії, виробничих процесах, структурі і культурі можуть здійснюватися поступово, у вигляді дрібних кроків або ж радикально, у вигляді великих стрибків. Відповідно може йтися про «еволюційну» та «революційну» концепції розвитку підприємства.

У 1991 році американські спеціалісти з менеджменту М. Хаммер та Дж. Чампі в основних рисах сформулювали концепцію реінжинірингу бізнесу (*«революційну» концепцію розвитку*). На їхню думку, господарський *реінжиніринг* – це фундаментальне переосмислення і радикальне перепроєктування підприємства та його найважливіших процесів. Результатом цього є різке (на порядок) поліпшення найважливіших кількісно вимірюваних показників витрат, якості, обслуговування і термінів.

Організаційний розвиток (*«еволюційна» концепцію розвитку*) ґрунтується на концепції планування, ініціювання та здійснення процесів зміни соціально-економічної системи із залученням великої кількості учасників.

Організаційний розвиток може бути визначений як довготерміновий, ретельний, всеохопний процес зміни і розвитку підприємства і людей, що працюють на ньому. Розглянемо більш широко поняття організаційного розвитку підприємства (рис. 15.1).

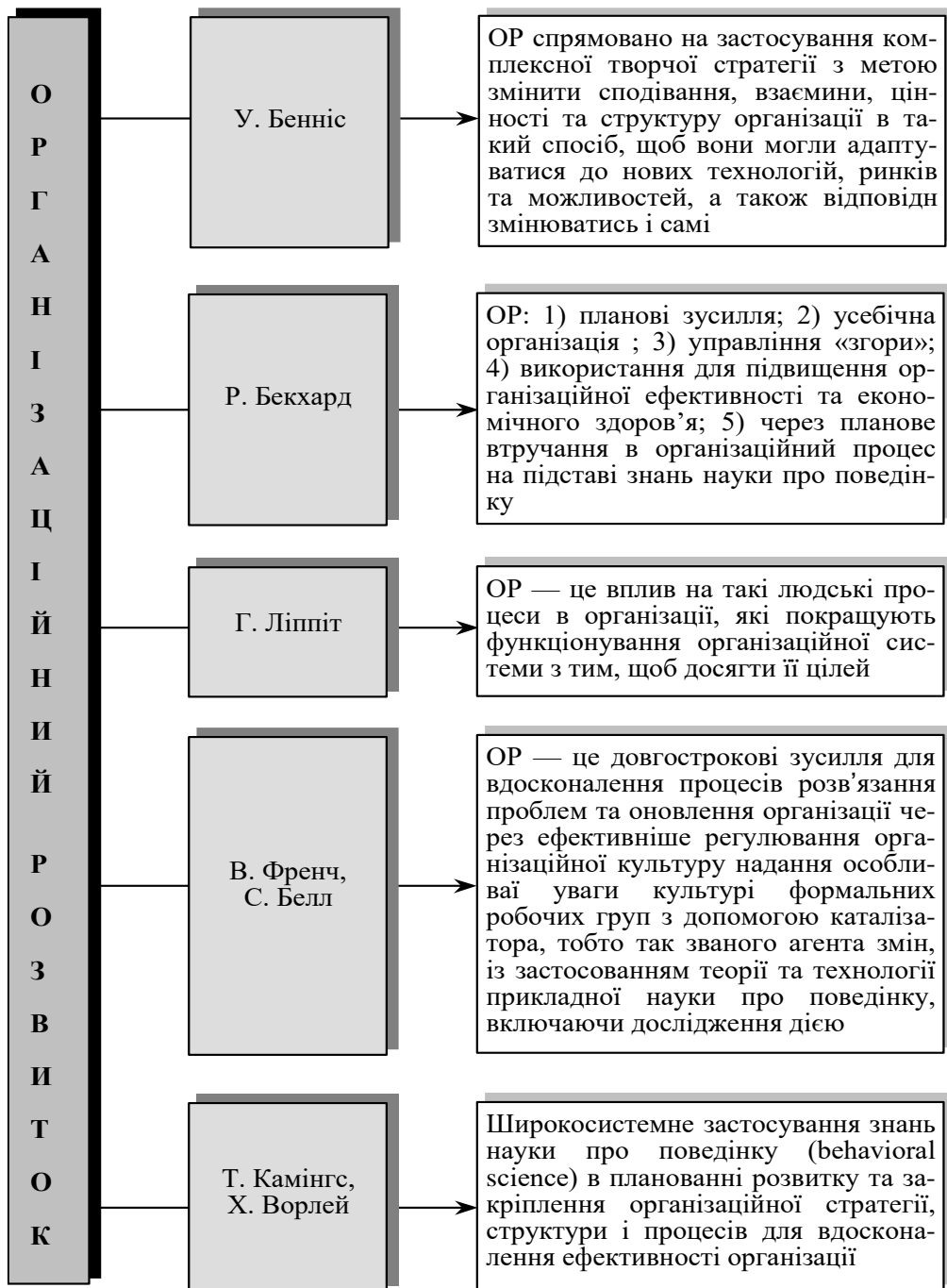


Рисунок 15.1 – Визначення поняття «організаційний розвиток»

Концепція організаційного розвитку охоплює структурний і кадровий аспекти. У рамках структурного підходу робиться спроба за допомогою змін в організаційному регулюванні створити сприятливі рамкові умови для досягнення цілей організаційного розвитку. Кадровий підхід полягає у проведенні заходів із підвищення кваліфікації працівників (розвитку персоналу) і стимулювання їхньої готовності до прийняття і здійснення змін.

Серед концепцій, що стосуються організаційних змін, найбільшого поширення набули концепції структури компанії. У них подано взаємозв'язки, що утворюються між окремими галузями бізнесу, відділами та підрозділами

підприємства. Ці взаємозв'язки є найпомітнішим організаційним чинником, тому організаційний розвиток підприємства виявляється насамперед у зміні його структури. При цьому змінюються не лише самі підприємства, стаючи організаціями «без внутрішніх перегородок», «компаніями-мережами», а й традиційні зв'язки і взаємовідносини між суб'єктами, що викликає виникнення підприємств «без меж» – мереж компаній.

15.2 Сучасні тенденції організаційного розвитку підприємства

Дедалі очевиднішим стає те, що головною характерною рисою нових систем внутрішньофірмового управління мають стати орієнтація на довгострокову перспективу, проведення фундаментальних досліджень, диверсифікацію операцій, інноваційну діяльність, максимальне використання творчої активності персоналу.

Найважливіші тенденції розвитку організацій показано на рисунку 15.2.



Рисунок 15.2 Сучасні тенденції розвитку організацій

Як основні *сучасні напрямки модифікації підприємств і структур управління ними* можна назвати:

– перехід від вузької функціональної спеціалізації до інтеграції в змісті і характері управлінської діяльності;

- дебіюрократизація, відмова від формалізації та ієрархії, відокремлення функціональних та штабних ланок;
- скорочення кількості ієрархічних рівнів завдяки тому, що переважальними будуть не великі централізовані підприємства, а низка дрібних із гнучкими спеціалізованими формами праці, а також мережі підприємств;
- трансформація організаційних структур підприємств із пірамідальних у плоскі, із мінімальною кількістю рівнів управління між керівництвом і безпосередніми виконавцями;
- здійснення децентралізації низки функцій управління, насамперед виробничих і збутових; з цією метою в рамках підприємств створюються напівавтономні або автономні відділення, стратегічні бізнес-одиниці, що повністю відповідають за прибутки і збитки;
- підвищення ролі інноваційної діяльності, створення в рамках великих компаній інноваційних фірм, зорієнтованих на виробництво і самостійне просування на ринках нових виробів та технологій і таких, що діють на принципах «ризикованого фінансування»;
- підвищення статусу і значення інформаційних та кадрових засобів інтеграції (наприклад, комбінації персоналу) порівняно з технократичною та структурною інтеграцією;
- установа філіальних форм зв'язку між самим підприємством та іншими підприємствами, наприклад шляхом створення внутрішніх ринків;
- створення автономних груп (команд), постійне підвищення творчої та виробничої віддачі персоналу.

Кожне підприємство має дві рушійні сили – бажання вижити (зберегти себе, мати певну стабільність) і прагнення розвиватися (самовдосконалюватися). Найчастіше метою розвитку підприємства вважають одержання прибутку. Проте прибуток, як правило, виступає лише передумовою розвитку.

Таким чином, *основними варіантами розвитку підприємства є:*

- внутрішнє зростання за рахунок використання власних ресурсів; злиття, поглинання як засіб збільшення ресурсів;
- перерозподіл внутрішніх ресурсів, зосередження їх на пріоритетних напрямках;
- припинення неперіоритетних напрямків діяльності, не забезпечених ресурсами, за допомогою продажу акцій та активів або внутрішньої ліквідації – переорієнтації;
- відокремлення, передача видів діяльності, не забезпечених ресурсами, іншим виконавцям на договірній основі, через продаж або виділення активів.

Слід зазначити, що вибір варіанту розвитку тісно пов'язаний із цілями, які стоять перед підприємством. Можна видокремити основні цілі розвитку підприємств, дерево яких зображено на рисунку 15.3.

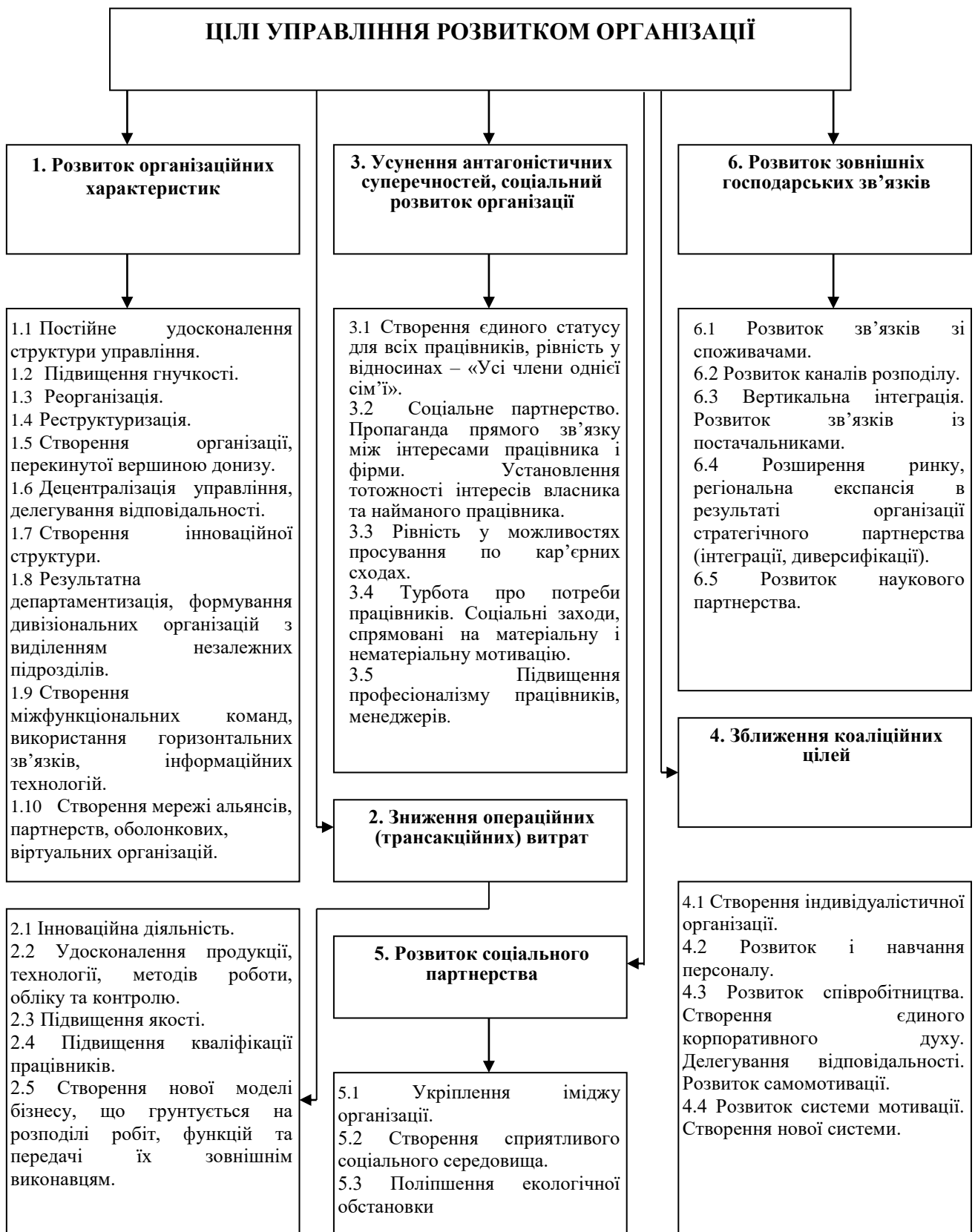


Рисунок 15.3 – Цілі управління розвитком організації

15.3 Характеристика сучасних моделей розвитку підприємств

В структурі стратегічного управління організаційним розвитком провідні економісти виділяють наступні моделі розвитку.

Структурно-ситуаційна модель сформувалася у другій половині 60-х років, основні розробники Дж. Лорш, П. Лоуренс, Дж. Томпсон. У рамках зазначеної моделі підприємство трактується як складна штучна система, що складається з різнорідних, відносно автономних частин, що прагнуть до балансу зі «своїми» фрагментами середовища (ринок товарів і послуг, ринок технологій, ринок робочої сили і т. д.). Подібна диференційована адаптація виступає джерело зміни форм і структури, що у свою чергу веде до появи нових структур. Організаційний розвиток підприємства, в такому разі, представляється як продукт свідомого пристосування структури до вимог зовнішнього середовища і визначається нововведеннями.

Інноваційна модель організаційного розвитку підприємства сформувалася до початку 70-х років (М. Кіртон, С.М. Сігел, І. Ансофф, Ч. Арджирис, Р. Данкан). Передбачає можливість змін не тільки в внутрішнього, але і зовнішнього середовища підприємства. Представники інноваційної моделі розглядають підприємство як досить пластичну систему, а організаційний розвиток підприємства раціонально спланований, свідомо викликаний і контрольований процес структурних змін.

Залежно від джерела змін на підприємстві виділяють дві інтерпретації інноваційної моделі:

а) *ендогенна*, в якій джерелом розвитку виступає внутрішнє середовище підприємства (структурні зміни пов'язані з реалізацією якогось проекту, який є результатом незадоволеності керівної ланки підприємства станом внутрішнього середовища, результатом діяльності або конфліктів усередині підприємства);

б) *екзогенна*, яка базується на динаміці зовнішнього середовища (зміни середовища припускають вироблення нової стратегії, що передбачає зміну ринків, типу продукту, що випускається, а також зміну системи орієнтирів діяльності, контролю за їх здійсненням).

Селекційна модель відмітною особливістю має орієнтацію організаційного розвитку підприємства на зовнішнє середовище, коли ефективність персоналу розглядається як засіб адаптації підприємства до зовнішнього середовища. Основні представники – Х. Олдріх, Дж. Пфєффер, М. Ханнон, Дж. Фрімен, Г. Керрол. Дана модель розглядає процеси адаптації та селекції у взаємозв'язку.

Селекційна модель реалізується у двох версіях:

1) фокусно-селекційна модель, в якій організаційний розвиток представлено як випадково-селекційний процес, що протікає на рівні одиничного підприємства. На першій фазі усвідомлюється неможливість використовувати раніше вироблені зразки в новій ситуації. На даному етапі створюється «єдиний фонд змін підприємства». На наступній стадії, яка позначається як селекційна, відбувається диференційований відбір з фонду тих зразків, які забезпечують оптимальну взаємодію підприємства з середовищем. На останньому етапі відібрані зразки закріплюються в структурі підприємства.

2) популяційно-селекційна, в якій основна увага приділяється консерватизму внутрішнього середовища і його ролі в процесі організаційного розвитку підприємства. В якості одиниці аналізу виступає не фокусна перспектива (одиничне підприємство), а організаційна популяція (вся сукупність підприємств).

Типові моделі організаційного розвитку

Безліч проблем розвитку є типовими для всіх підприємств. Дана обставина спонукає розробляти моделі, що визначають етапи розвитку підприємства і проблеми, що виникають на різних етапах. До числа найбільш відомих відносяться дві моделі.

Модель Айзедіса. В основі моделі Айзедіса лежить уподібнення підприємства живому організму. Як показує модель, до розквіту доживають далеко не всі підприємства, за розквітом неминуче слід бюрократизація бізнесу, а потім смерть. Модель Айзедіса визначає ряд небезпек, які очікують підприємство на шляху свого розвитку, але не дає відповіді на питання: до якого організаційного стану підприємство повинно прагнути, щоб якомога довше затриматися у фазі розквіту?

Модель Грейнера. Л. Грейнер запропонував модель, що описує розвиток компаній через послідовність кризових точок. Він виділяє п'ять стадій організаційного розвитку, що відділяються один від одного моментами організаційних криз:

1) стадія розвитку, заснованого на творчості. Це стадія від моменту зародження організації до її першої організаційної кризи – кризи лідерства. Основна увага в цей період зосереджується на розробці продукту і його маркетингу. Організаційна структура компанії найчастіше залишається неформалізованою. Однак у міру росту організації її засновникам все більше потрібно контролювати і направляти її розвиток у специфічних напрямках, що вимагає нових спеціалізованих знань, якими вони поки не володіють;

2) *стадія розвитку, заснованого на керівництві*. Коли криза лідерства успішно подолано, настає період організаційного зростання, основою якого є чітко спланована робота і професійний менеджмент. Однак через якийсь час настає момент, коли бюрократична структура управління і концентрація більшості процесів прийняття рішень на її верхніх рівнях починають обмежувати творчість керуючих середньої ланки. Це – криза автономії;

3) *стадія розвитку, заснованого на делегуванні*. Успішне подолання кризи автономії пов'язано зі структурною перебудовою і децентралізацією функцій, а також подальшим делегуванням повноважень прийняття певних рішень з верхніх рівнів на нижчі. Це до певної міри збільшує потенціал розвитку організації, але, врешті-решт, стає причиною нової кризи – кризи контролю, коли вищі менеджери починають усвідомлювати, що втрачають контроль над організацією в цілому;

4) *стадія розвитку, заснованого на координації*. Успішне подолання кризи контролю пов'язане зі змінами в системі координації функціонування підрозділів, складових організацію. У цей період у структурі організації виділяються стратегічні підрозділи, які мають достатньо високий ступінь оперативної самостійності, але, разом з тим, жорстко контролюються з центру з точки зору використання стратегічних ресурсів організації: фінансових, технологічних, трудових і т. п. Це дає новий імпульс до розвитку, але поступово приводить до виникнення своєрідних кордонів між штаб-квартирою і функціональними підрозділами організації, які, врешті-решт, стають причиною кризи кордонів;

5) *стадія розвитку, заснованого на співпраці*. Для подолання кризи кордонів потрібно об'єднання команди в організації завдяки спільності інтересів і цінностей, а не витонченості формальної структури. Створення в організації команди однодумців дає їй новий імпульс до розвитку. Дана стадія може завершитися кризою психологічної втоми або довіри, коли всі втомлюються від роботи як єдина команда;

Теорія організаційного розвитку Л. Грейнера, по суті, висловлює, що всі зміни в організації є запрограмованими. З 70-х років, коли була створена теорія, багато підприємств дійсно пройшли стадії, аналогічні зазначеним в моделі Грейнера. Незважаючи на це, некоректно стверджувати, що будь-яке сучасне підприємство обов'язково пройде вказаний шлях.

15.4 Сутність трансформації, її види, напрями та форми

Трансформація суб'єктів господарської діяльності – це процеси, які включають у себе всі етапи економіко-організаційних змін та перетворень

підприємства від поточного стану до бажаного, від моделювання майбутнього стану підприємства до впровадження цих моделей у практику тощо.

До основних напрямків трансформацій підприємства відносять реструктуризацію та реорганізацію. Порівняно з трансформацією поняття реструктуризації та реорганізації є більш вузькими.

Основні напрямки та види трансформацій представлені у таблиці 15.1.

Таблиця 15.1 – Класифікація трансформацій підприємств за основними напрямками та видами

Напрямки трансформацій	Види трансформацій	Приклади трансформацій	Приклади причин трансформацій
1	2	3	4
РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ	Управлінська реструктуризація	Зміна керівництва, зміна методів управління, способів оптимізації управлінських рішень тощо	Низька ефективність менеджменту, керівництва як об'єднувальної функції менеджменту, методи роботи менеджменту не відповідають вимогам ринку та цілям підприємства тощо
	Кадрова реструктуризація	Кваліфікаційна, функціональна, ієрархічна реструктуризації персоналу	Вузька спеціалізація знань, умінь та навичок персоналу, пришвидшення темпів НТП тощо
	Маркетингова реструктуризація	Зміни цінової, товарної, територіальної, інформаційної стратегій, диверсифікація тощо	Зменшення обсягів збуту продукції, «виснаження» або зникнення традиційних сегментів ринку, загострення конкуренції тощо
	Технологічна (виробнича) реструктуризація	Оптимізація частини основних засобів, обладнання, запасів сировини, матеріалів, зміна технологій, технологічних можливостей підприємства щодо асортименту продукції тощо	Зниження технологічної конкурентоспроможності, невідповідність технологій новим маркетинговим концепціям підприємства тощо
	Інноваційна реструктуризація	Зміна пріоритетності та напрямків інноваційної політики, купівля-продаж патентів та ліцензій, отримання сертифікатів якості тощо	Існування неперспективних напрямків технологічних розробок та дослідницьких робіт, невідповідність виробництва існуючим стандартам якості тощо

Продовження таблиці 15.1

1	2	3	4
	Фінансова реструктуризація	Реструктуризація кредиторської та рефінансування дебіторської заборгованостей, додаткові кредити, зміна статутного капіталу, зменшення витрат тощо	Необхідність інтенсифікації розрахунків з кредиторами та дебіторами підприємства, покращення основних фінансових показників діяльності підприємства, кредитної історії тощо
РЕОРГАНІЗАЦІЯ	Перетворення	Злиття, поглинання, роз'єднання, виділення, продаж	Реорганізація прав власності з метою вирішення боргових питань або зміцнення становища на ринку
	Санація	Фінансова, майнова	Вирішення питань розрахунків з кредиторами шляхом поділу підприємства або відокремлення від нього одного чи декількох структурних підрозділів
	Банкрутство	З відновленням чи без відновлення діяльності	Вирішення питань розрахунків з кредиторами шляхом продажу всього підприємства або його структурних підрозділів

Відповідно до сфер, яких стосуються перетворення діяльності підприємства, трансформація може бути *внутрішньою* та *зовнішньою*. Перша спирається на зміни та перетворення внутрішніх елементів та складових діяльності підприємства, друга – базується на залученні та використанні зовнішніх чинників розвігтку господарської діяльності суб'єктів. Така форма трансформацій як «внутрішні зміни» передбачає коригування організаційної та виробничої сфер з метою підвищення ефективності діяльності підприємства (рентабельності, конкурентоспроможності тощо) До таких змін належать: зміна керівництва підприємства; зміна методів управління; диверсифікація діяльності підприємства; зменшення витрат тощо.

Зміна структури внутрішнього ресурсного потенціалу передбачає реструктуризацію активів та фінансову реструктуризацію. До основних форм *активів* відносять; продаж частини основних засобів; продаж обладнання, запасів сировини, матеріалів тощо; реалізація окремих видів фінансових вкладень; рефінансування дебіторської заборгованості тощо.

Способи трансформацій зумовлюють виділення певних *видів трансформацій*, класифікація яких за стратегічною спрямованістю та способом досягнення цілей представлена у таблиці 15.2.

Таблиця 15.2 – Класифікація трансформацій підприємств за стратегічною спрямованістю та способом досягнення цілей

Ознаки класифікації	Види трансформаційних змін	Коротка характеристика видів трансформацій
Стратегічна спрямованість	Відновлювальна трансформація	Передбачає відновлення економічної рівноваги підприємства, тобто відновлення платоспроможності і здатності до генерування відповідного рівня прибутку тощо
	Трансформація, спрямована на розвиток	Має інноваційний характер, пов'язана з впровадженням сучасних виробів, технологій, організаційних, маркетингових та фінансових рішень, що повинно зробити можливим зростання частки фірми на ринку, розвиток експорту, зростання рентабельності тощо
Спосіб досягнення цілей	Творча трансформація	Пов'язана з прагненням підприємства до певного впливу на оточення. Здійснюється незалежно від сучасних чи прогнозованих змін в оточенні, є результатом прагнення до створення в оточенні таких змін, які полегшили б реалізацію цілей підприємства
	Прогнозна трансформація	Пов'язана з процесом пристосування фірми до передбачуваних змін у зовнішньому середовищі, є випереджуючою реакцією щодо прогнозованих змін. Вона також запобігає виникненню несприятливої ситуації, в яку могло б потрапити і підприємство, якби не здійснило прогновної реструктуризації
	Трансформація, спрямована на пристосування	Запізніла реакція на зміни в оточенні фірми., здійснюється після появи відповідальних змін і часто після появи несприятливих тенденцій для подальшої роботи чи розвитку підприємства

Таким чином, трансформація є сучасним ринковим інструментом підвищення ефективності підприємств, їх здатності адаптуватися до взаємодії з зовнішнім середовищем, державою і контрагентами.

15.5 Організаційні форми та порядок проведення реструктуризації підприємств

Реструктуризація підприємства – це здійснення організаційно-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на зміну структури підприємства, управління ним, форм власності, організаційно-правових форм,

як здатність привести підприємство до фінансового оздоровлення, збільшити обсяг випуску конкурентоспроможної продукції, підвищити ефективність виробництва.

Метою проведення реструктуризації є створення повноцінних суб'єктів підприємницької діяльності, здатних ефективно функціонувати за умов переходу до ринкової економіки й виробляти конкурентоспроможну продукцію, що відповідає вимогам товарних ринків.

Реструктуризація підприємства спрямовується на розв'язання двох основних завдань: по-перше, якнайскоріше забезпечити виживання підприємства; по-друге, відновити конкурентоспроможність підприємства на ринку. Відповідно до цих завдань і розглядають взаємозв'язані форми і види реструктуризації підприємств та організацій.

Виділяють дві форми реструктуризації підприємств:

1. При оперативній реструктуризації підприємства розв'язуються дві проблеми: забезпечення ліквідності й суттєве поліпшення результатів його діяльності. Період оперативної реструктуризації триває приблизно 3–4 місяці. Комплекс заходів з оперативної реструктуризації містить передусім заходи щодо зниження всіх видів витрат (без одержання будь-яких суттєвих інвестицій) і швидкого збільшення обсягу збуту продукції та обороту капіталу.

2. Стратегічна реструктуризація підприємства забезпечує довготермінову його конкурентоспроможність. Для досягнення такої конкурентоспроможності необхідне визначення стратегічної мети підприємства, розробка стратегічної концепції розвитку, а також напрямів та інструментів реалізації цієї мети.

Розрізняють наступні види реструктуризації:

1. Організаційно-правова реструктуризація характеризується процесами комерціалізації, корпоратизації, зміни організаційної структури і власника державних підприємств.

2. Технічна реструктуризація пов'язана із забезпеченням такого стану підприємства, за якого воно досягає відповідного рівня виробничого потенціалу, технології, «ноу-хау», управлінських навичок, кваліфікації персоналу, ефективних систем постачання й логістики.

3. Економічна життєздатність досягається, коли продукція підприємства, його капітальні й поточні витрати, рівень продажу й цінова політика забезпечують такий рівень економічної рентабельності підприємства, що відповідає сучасним умовам господарювання.

Після досягнення **фінансової** життєздатності суб'єкт господарювання матиме таку структуру балансу підприємства, за якої показники ліквідності і платоспроможності задовольняють вимоги ринку, а також позбудеться проблем із погашенням боргових зобов'язань.

Управлінська реструктуризація пов'язана з підготовкою та перепідготовкою персоналу з орієнтацією на конкурентоспроможне функціонування підприємства, зміну його організаційної структури, менеджменту, технологічної, інноваційної та маркетингової політики.

За ступенем розрізняють часткову й комплексну реструктуризацію. Іноді підприємство потребує тільки **часткової** або так званої **обмеженої реструктуризації** для відновлення економічної та технічної життєздатності. При цьому воно встановлює для себе певні стандарти (рівень фінансового левериджу, розмір робочого капіталу, коефіцієнт покриття боргів), які є кінцевою метою реалізації відповідного типу реформування. Для досягнення встановлених значень можуть використовуватися такі заходи: реструктуризація (переоформлення) боргів, додаткова емісія цінних паперів, переоцінка активів, зниження дебіторської заборгованості тощо.

Коли проблеми підприємства є більш суттєвими, тоді підприємство потребує **комплексної** реструктуризації. Вона охоплює розробку нової організаційної структури, відповідної продуктової, трудової, технічної та технологічної політики, зміни в менеджменті тощо.

Будь-яку стратегію реструктуризації треба підсилювати заходами за трьома напрямками:

- зменшення витрат і підвищення ефективності виробництва та продуктивності праці, зниження енергоємності виробництва, посилення контролю за якістю продукції;

- модернізація або заміна обладнання; здебільшого модернізація є вигіднішою і за критерієм витрат і з погляду стратегії розвитку підприємства;

- запровадження нової технології, доцільність якої має бути ретельно обґрунтована.

Реструктуризація підприємств (організацій) здійснюється після занесення їх до Реєстру неплатоспроможних підприємств та організацій і проведення поглибленого аналізу фінансово-господарської діяльності спеціалістами, які роблять висновки щодо способів оздоровлення та пропонують концепцію господарської діяльності підприємства.

Порядок проведення реструктуризації підприємства:

1. Попередній аналіз стану підприємства.
2. Включення до Реєстру неплатоспроможних підприємств і організацій.
3. Аналіз техніко-економічного та фінансового стану підприємства.
4. Обґрунтування концепції реструктуризації.
5. Розробка плану реструктуризації.

6. Запровадження організаційно-економічних та інших з реструктуризації.

7. Визначення економічної ефективності реструктуризації.

8. Оцінка результатів створення і функціонування нових організаційно-правових структур.

Основні варіанти проведення реструктуризації підприємств:

- об'єднання (злиття) підприємств з утворенням нової юридичної особи;
- перепрофілювання підприємств;
- виділення окремих структурних підрозділів для дальшої діяльності;
- передача виділених структурних підрозділів у сферу управління іншого органу управління;
- виділення окремих структурних підрозділів з утворенням нових юридичних осіб;
- створення державної холдингової компанії з дочірніми підприємствами.

Вибір варіанта реструктуризації здійснюється на підставі критерію оцінки реальних ринкових можливостей структурних підрозділів підприємства, а саме:

а) **ступінь освоєння нових ринків**, що показує, наскільки швидко підрозділ може змінити структуру збуту продукції і подолати бар'єри вступу до нових ринків;

б) **рівень специфічних виробничих знань і технологій**, що характеризує рівень застосування специфічних науково-технічних знань у виробничій діяльності підрозділу, який має відмовитись від усього асортименту продукції, що виготовлялася раніше.

Вибір тих чи тих форм і методів виходу підприємства з кризи залежить від очікуваних результатів (*потенційної прибутковості*), бажаного строку досягнення таких результатів, потрібних для цього коштів і можливостей їх одержати.

Реалізація вибраного заходу має забезпечити задовільний фінансовий стан підприємства на поточний період і перспективу. При цьому треба враховувати *соціальні й екологічні наслідки кожного заходу*. Оцінка ефективності проектів реструктуризації ведеться за результатами поліпшення фінансово-економічного та екологічного стану підприємства за рахунок збільшення обсягів реалізації конкурентоспроможної продукції, раціонального використання ресурсного потенціалу підприємства, прискорення обороту капіталу і підвищення продуктивності системи господарювання реструктуризованого підприємства з одночасним збереженням гарантій соціального захисту працівників.



Питання для самоконтролю знань:

1. Дайте визначення поняття «розвиток підприємства». Які види розвитку Ви знаєте?
2. Як можна класифікувати видові прояви процесів розвитку на підприємстві?
3. Розкрийте зміст основних концепцій розвитку підприємства.
4. Назвіть основні сучасні тенденції розвитку організації.
5. Які основні напрямки визначення ефективності?
6. Визначте основні варіанти розвитку підприємства.
7. Яким чином вибір варіанту розвитку узгоджується з основними цілями розвитку підприємства?
8. Охарактеризуйте основні моделі розвитку підприємства.
9. Що Ви розумієте під «трансформацією підприємства»?
10. Визначте основні напрямки та види трансформацій.
11. Надайте класифікацію трансформацій підприємств за стратегічною спрямованістю та способом досягнення цілей.
12. Що Ви розумієте під «реструктуризацією підприємства»?
13. Охарактеризуйте основні форми реструктуризації.
14. Визначте основні види реструктуризації.
15. Який порядок проведення реструктуризації підприємства.
16. Назвіть основні варіанти проведення реструктуризації підприємства.

Тема 16 Економічна безпека підприємства та його антикризова діяльність



Питання для теоретичної підготовки:

1. Економічна безпека підприємства: сутність, складові та методи вимірювання.
2. Основні напрями забезпечення необхідної економічної безпеки підприємства.
3. Поняття економічної кризи підприємства її види та шляхи виходу з кризового стану.
4. Санація (фінансове оздоровлення) господарюючих суб'єктів: сутність, цілі, форми здійснення та типові заходи.
5. Банкрутство підприємства: сутність, причини, процедура визнання та способи прогнозування.



**Ключові
поняття:**

економічна безпека підприємства; оцінка рівня економічної безпеки підприємства; фінансова, інтелектуальна й кадрова, техніко-технологічна, політико-правова, інформаційна, екологічна, силова складові економічної безпеки підприємства; служба безпеки підприємства, криза, фактори економічної кризи, стратегічна криза, криза прибутковості, криза ліквідності, санація, банкрутство

Розкриття змісту ключових питань теми

16.1 Економічна безпека підприємства: сутність, складові та методи вимірювання

Економічна безпека підприємства – це такий стан корпоративних ресурсів (ресурсів капіталу, персоналу, інформації і технології, техніки та устаткування, прав) і підприємницьких можливостей, при якому гарантується найбільш ефективно їхнє використання для стабільного функціонування та динамічного науково-технічного й соціального розвитку, запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним впливам (загрозам).

Рівень економічної безпеки фірми залежить від того, наскільки ефективно її керівництво і спеціалісти (менеджери) будуть спроможні уникнути можливих загроз і ліквідувати шкідливі наслідки окремих негативних складових зовнішнього і внутрішнього середовища.

Залежно від суб'єктної обумовленості негативні впливи на економічну безпеку можуть мати об'єктивний і суб'єктивний характер. Об'єктивними вважаються такі негативні впливи, що виникають не з волі конкретного підприємства або його окремих працівників. Суб'єктивні впливи мають місце внаслідок неефективної роботи підприємства в цілому або окремих його працівників (передусім керівників і функціональних менеджерів).

Головна мета економічної безпеки підприємства полягає в тому, щоб гарантувати його стабільне й максимально ефективно функціонування тепер і високий потенціал розвитку в майбутньому. *До основних функціональних цілей економічної безпеки* належать:

- забезпечення високої фінансової ефективності роботи, фінансової стійкості й незалежності підприємства (організації);
- забезпечення технологічної незалежності та досягнення високої конкурентоспроможності технічного потенціалу;
- досягнення високої ефективності менеджменту, оптимальної і ефективної організаційної структури управління підприємством;
- мінімізація руйнівного впливу результатів виробничо-господарської діяльності на стан навколишнього середовища;

- якісна правова захищеність усіх аспектів діяльності підприємства;
- забезпечення захисту інформаційного поля, комерційної таємниці і досягнення необхідного рівня інформаційного забезпечення роботи всіх підрозділів підприємства та відділів організації;

- ефективна організація безпеки персоналу підприємства, його капіталу та майна, а також комерційних інтересів.

Головні й функціональні цілі зумовлюють формування необхідних структуротвірних елементів і загальної схеми організації економічної безпеки.

Основні функціональні складові економічної безпеки підприємства:

1) фінансова складова – досягнення найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів;

2) інтелектуальна й кадрова складові – збереження і розвиток інтелектуального потенціалу підприємства; ефективне управління персоналом;

3) техніко-технологічна складова – ступінь відповідності застосовуваних на підприємстві технологій сучасним світовим аналогам щодо оптимізації витрат ресурсів;

4) політико-правова складова – всебічне правове забезпечення діяльності підприємства, дотримання чинного законодавства;

5) інформаційна складова – ефективне інформаційно-аналітичне забезпечення господарської діяльності підприємства;

6) екологічна складова – дотримання чинних екологічних норм, мінімізація витрат від забруднення довкілля;

7) силова складова – забезпечення фізичної безпеки працівників фірми і збереження її майна.

До основних причин, які негативно впливають на зниження рівня економічної безпеки і можуть привести підприємство до критичної межі, необхідно віднести такі:

- втрата клієнтів і покупців готової продукції;
- зменшення кількості замовлень і контрактів із продажу продукції;
- неритмічність виробництва, неповне завантаження потужностей;
- підвищення собівартості та різке зниження продуктивності праці;
- збільшення розміру неліквідних оборотних засобів і наявність наднормативних запасів;

- виникнення внутрішньовиробничих конфліктів та підвищення плинності кадрів;

- зниження цін на продукцію, незалежних від діяльності підприємства;

- істотне зменшення обсягів реалізації і, як наслідок, недоодержання виторгу від реалізації продукції.

Можуть бути й інші чинники спричинення низького рівня економічної безпеки підприємства, зокрема форс-мажорні явища, незадовільна робота служб контролінгу (планування, аналіз, інформаційне забезпечення, контроль), низький рівень кваліфікації персоналу й інші.

Загалом усі названі причини зниження рівня економічної безпеки підприємства аж до критичної межі досить тісно взаємопов'язані і становлять складний комплекс причинно-наслідкових зв'язків. Тому необхідно уважно слідкувати за чинниками, які можуть спричинити кризові явища.

16.2 Основні напрями забезпечення необхідної економічної безпеки підприємства

На виробничому підприємстві розробляють такі основні *заходи з організації економічної безпеки*:

- формування необхідних корпоративних ресурсів (капіталу, персоналу, прав, інформації, технології та устаткування);
- прогнозування та планування економічної безпеки за функціональними складовими;
- стратегічне планування фінансово-господарської діяльності підприємства;
- тактичне панування економічної безпеки за функціональними рівнями;
- оперативне управління фінансово-господарською діяльністю підприємства;
- здійснення функціонального аналізу рівня економічної безпеки;
- узагальнююче оцінювання досягнутого рівня економічної безпеки.

Здійснення зазначених заходів у комплексі може забезпечити відповідний рівень економічної безпеки підприємства.

Оцінка рівня економічної безпеки підприємства (організації) здійснюється на підставі визначення сукупного критерію через зважування і підсумовування окремих функціональних критеріїв, які обчислюються із допомогою порівняння можливої величини шкоди підприємству та ефективності заходів щодо запобігання цій шкоді.

Сукупний критерій економічної безпеки будь-якого суб'єкта господарювання (*Ксеб*) можна розрахувати за формулою:

$$K_{себ} = \sum_{i=1}^n K_i * d_i, \quad (16.1)$$

де K_i – величина окремого критерію за i -ю функціональною складовою;

d_i – питома вага значущості i -ї функціональної складової;

n – кількість функціональних складових економічної безпеки підприємства.

Оцінка рівня економічної безпеки здійснюється порівнюванням розрахункових значень *Ксеб* з реальними величинами цього показника по підприємству (організації), що аналізується, а також (коли це можливо) по аналогічних суб'єктах господарювання відповідних галузей економіки.

Після розрахунку впливу функціональних складових на зміну *Ксеб*, здійснюється функціональний аналіз заходів з організації необхідного рівня економічної безпеки за окремими складовими з використанням відповідного алгоритму.

1 етап. Визначення структури негативних впливів за функціональними складовими економічної безпеки. Розподіл об'єктивних і суб'єктивних негативних впливів.

2 етап. Фіксація здійснених заходів для запобігання негативним впливам за всіма функціональними складовими економічної безпеки.

3 етап. Оцінка ефективності здійснених заходів з погляду нейтралізації конкретних негативних впливів за кожною складовою економічної безпеки.

4 етап. Визначення причин недостатньої ефективності заходів, здійснених для подолання вже наявних і можливих негативних впливів на економічну безпеку.

5 етап. Виявлення не усунених і очікуваних негативних впливів на рівень економічної безпеки і тих, що можуть з'явитися в майбутньому.

6 етап. Опрацювання рекомендацій щодо усунення існуючих негативних впливів на економічну безпеку і запобігання можливим таким впливам

7 етап. Оцінка кожного із запропонованих заходів щодо усунення негативних впливів на рівень економічної безпеки та визначення відповідальних за їх реалізацію.

Результати функціонального аналізу оформляють у вигляді спеціальної таблиці-карти. Заповнюючи таку таблицю карту, негативні явища, що впливають одразу на кілька складових економічної безпеки, враховують окремо для кожної з них, натомість вартість заходів, що повторюються стосовно різних функціональних складових, ураховується в бюджеті підприємства (організації) лише один раз.

Оцінка ефективності діяльності відповідних структурних підрозділів підприємства (організації) з використанням даних про витрати на запобігання можливим негативним впливам на економічну безпеку та про розміри відверненої і заподіяної шкоди дає об'єктивну (підкріплену економічними розрахунками) картину результативності діяльності всіх структурних підрозділів (відділів, цехів) з цього питання.

Конкретна оцінка ефективності роботи структурних підрозділів того чи того суб'єкта господарювання щодо економічної безпеки здійснюється з використанням таких показників:

- 1) витрати на здійснення заходу;
- 2) розмір відвернутої шкоди;
- 3) розмір заподіяної шкоди;
- 4) ефективність здійсненого заходу (як різниця відверненої та заподіяної шкоди, поділеної на витрати на здійснення заходу).

На всіх великих і середніх підприємствах створюються автономні служби безпеки, а безпека функціонування невеликих фірм може забезпечуватися територіальними (районними або міськими) службами, в яких фірма наймає одного чи кількох охоронців.

Сукупність конкретних завдань, що стоять перед службою безпеки фірми, зумовлює певний набір виконуваних нею функцій. Загальні функції, що покладаються на службу безпеки підприємства такі:

- організація і забезпечення пропускнуго й внутрішньооб'єктного режиму в приміщеннях; порядок несення служби;
- участь у розробці основоположних документів з метою відображення в них вимог організації безпеки и захисту комерційної таємниці;
- розробка й здійснення заходів із забезпечення роботи з документами, що містять відомості, які є комерційною таємницею, контроль виконання вимог матеріалів інструктивного характеру;
- виявлення і перекриття можливих каналів витоку конфіденційної інформації, облік та аналіз порушень режиму безпеки працівниками підприємства, клієнтами та конкурентами;
- організація і проведення службових розслідувань за фактами розголошення або втрати документів, інших порушень безпеки підприємства;
- розробка, оновлення і поповнення переліку відомостей, що становлять комерційну таємницю, та інших нормативних актів, які регламентують порядок організації безпеки й захисту інформації;
- забезпечення строгого виконання вимог нормативних документів з питань захисту комерційної таємниці;
- організація і регулярне проведення навчання працівників фірми й служби безпеки за всіма напрямками захисту комерційної таємниці;
- ведення обліку сейфів і металевих шаф, в яких дозволене постійне чи тимчасове зберігання конфіденційних документів, а також облік та охорона спеціальних приміщень і технічних засобів у них;

– підтримка контактів із правоохоронними органами й службами безпеки сусідніх підприємств (організацій) в інтересах вивчення криміногенної обстановки в районі.

У нормативних документах, що визначають організацію діяльності служб безпеки підприємств, виділяються конкретні об'єкти, що підлягають захисту від потенційних загроз і протиправних посягань. До них належать:

- персонал;
- матеріальні засоби праці й фінансові кошти;
- інформаційні ресурси з обмеженим доступом;
- засоби та системи комп'ютеризації діяльності фірми;
- технічні засоби й системи охорони та захисту матеріальних та інформаційних ресурсів.

Служба безпеки підприємства завжди має бути готовою до подолання критичної (кризової) ситуації. Для управління безпекою на підприємстві можливо створення так званих кризових групи, до складу яких входять керівник, юрист, фінансист і керівник служби безпеки. Головна мета діяльності кризової групи – протидіяти зовнішнім загрозам для безпеки фірми.

16.3 Поняття економічної кризи підприємства її види та шляхи виходу з кризового стану

Криза – це загострення суперечностей у соціально-економічній системі (підприємстві), які загрожують її життєстійкості в навколишньому середовищі.

Такі суперечності виникають між:

- 1) кількісними та якісними характеристиками продукції (товарів, послуг) та відповідними характеристиками ринкового попиту;
- 2) можливою та необхідною потужністю підприємства;
- 3) необхідним обсягом ресурсів, що споживає підприємство та можливістю їх залучення, цінами пропозиції та попиту на них;
- 4) ринковою вартістю продукції та обсягом витрат, які з'являються у процесі виробництва й мають бути компенсовані за рахунок отриманого доходу;
- 5) між фактичними та плановим розподілом прибутку підприємства на виробничий та соціальний розвиток.

Зовнішнім проявом зародження кризи є формування стійкої тенденції руху поточних витрат підприємства у бік збільшення, а обсягу та норми прибутку – у бік зменшення. Подальше поглиблення кризи характеризується істотним погіршенням усіх показників його стану (як кількісних, так і якісних), що призводить до поступової втрати власного капіталу та виникнення дефіциту фінансових ресурсів для розрахунку за зобов'язаннями.

Фактори, які можуть призвести до економічної кризи на підприємстві, поділяють на зовнішні, які не залежать від діяльності підприємства, та внутрішні, що залежать від організації роботи самого підприємства.

Головними зовнішніми факторами економічної кризи на підприємстві можуть бути:

- спад кон'юнктури в економіці в цілому;
- зменшення рівня доходів у населення і зниження купівельної спроможності;
- політична нестабільність і спрямованість політики держави, що позначається на рівні інфляції;
- нестабільність господарського та податкового законодавства;
- нестабільність фінансового та валютного ринків;
- розвиток науки і техніки, його вплив на процеси виробництва товарів та їх конкурентоспроможність;
- кризові явища в окремій галузі;
- сезонні коливання;
- посилення монополізму на ринку;
- дискримінація підприємства органами влади та управління;
- можливі конфлікти між засновниками підприємства (власниками).

Внутрішні фактори, які визначають можливі кризові явища, можна систематизувати і згрупувати таким чином:

- низька організація служби менеджменту;
- організаційна структура виробництва, яка не відповідає вимогам часу;
- недостатній рівень кваліфікації персоналу;
- недоліки в організації виробничої сфери;
- прорахунки у використанні ресурсного потенціалу;
- недостатній рівень маркетингу та втрата ринків збуту продукції;
- прорахунки в інвестиційній політиці;
- незадовільно поставлена робота з винахідництва (інновації) та раціоналізаторства;
- непередбачений дефіцит у фінансуванні;
- недостатній оперативний контроль за діяльністю і процесом виробництва.

Типові наслідки впливу зазначених причин і факторів на фінансово-господарський стан підприємства такі:

- втрата клієнтів і покупців готової продукції;
- зменшення кількості замовлень і контрактів із продажу продукції;
- неритмічність виробництва, неповне завантаження потужностей;

- підвищення собівартості та різке зниження продуктивності праці;
- збільшення розміру неліквідних оборотних засобів і наяв- ність наднормативних запасів;
- виникнення внутрішньовиробничих конфліктів і підвищення плинності кадрів;
- підвищення тиску на ціни;
- істотне зменшення обсягів реалізації і, як наслідок, недооде- ржання виручки від реалізації продукції.

Розрізняють три **види кризи**:

- *стратегічна криза* (коли на підприємстві зруйновано виробничий потенціал і відсутні довгострокові фактори успіху);
- *криза прибутковості* (перманентні збитки вихолощують власний капітал, і це призводить до незадовільної структури балансу);
- *криза ліквідності* (підприємство є неплатоспроможним або існує реальна загроза втрати платоспроможності).

Розглянемо фактори, що зумовлюють різні види кризи (рис. 16.1).

Криза прибутковості	Криза ліквідності	Стратегічна криза
<ul style="list-style-type: none"> – несприятливе співвідношення цін та собівартості; – не виправдане завищення цін; – ризиковані великі проекти; – зростання собівартості за стабільних цін; – зменшення обороту від реалізації продукції; – збитковість окремих структурних підрозділів; – придбання збиткових підприємств; – значні запаси готової продукції на складі; – високі витрати на персонал; – високі процентні ставки; – неефективна маркетингова політика; – форсмажорні обставини. 	<ul style="list-style-type: none"> – невраховані вимоги золотого правила фінансування (конгруентність строків); – незадовільна структура капіталу; – відсутність або незначний рівень страхових (резервних) фондів; – незадовільна робота з дебіторами; – надання незабезпечених товарних кредитів; – великий обсяг капіталовкладень із тривалим строком окупності; – великі обсяги низьколіквідних оборотних активів; – зниження кредитоспроможності підприємства; – високий рівень кредиторської заборгованості; – форсмажорні обставини. 	<ul style="list-style-type: none"> – неправильний вибір виробничого майданчика (місця розташування підприємства); – неефективна політика збуту та асортиментна політика; – недосконале планування та прогнозування; – помилкова політика диверсифікації; – неефективний апарат управління; – дефіцити в організаційній структурі; – відсутність виробничої програми; – зайві виробничі потужності; – відсутність або неадекватність системи контролінгу; – форсмажорні обставини.

Рисунок 16.1 – Фактори, що зумовлюють різні види кризи

З метою вжиття антикризових заходів необхідно визначити глибину економічної кризи, тобто фінансовий стан: рівень кредиторської заборгованості та рівень неплатоспроможності. Розрізняють три основні *фази кризи*:

Легка економічна криза – це криза, яка безпосередньо не загрожує функціонуванню підприємства (за умови переведення його на режим антикризового управління). Підприємство тимчасово на невеликий період із-за внутрішніх труднощів (поломки технологічного устаткування, невеликих аварій та простоїв) або неплатоспроможності споживачів продукції потрапляє в скрутне фінансове становище. Але шляхом короткотермінової фінансової підтримки саме швидко виходить із цього критичного фінансового стану, повертає кредит фінансуючій установі (банку) і надалі нормально здійснює свою виробничо-господарську і економічну діяльність.

Важка економічна криза належить до другої фази, яка загрожує існуванню підприємства і потребує негайного проведення фінансової санації. Переважно вона викликається економічною дестабілізацією тієї чи іншої галузі виробництва, навколишнього середовища.

Катастрофічна економічна криза – це кризовий стан, який не сумісний з подальшим існуванням підприємства і призводить до його ліквідації. Як правило, вона залежить від форс-мажорних явищ, які не залежать практично від підприємства (стихійні лиха, пожежі, паводки, землетруси).

Оздоровлення фінансового становища підприємства потребує розробки конкретної програми виходу з економічної кризи. У програмі необхідно дати глибокий аналіз фінансово-економічного стану підприємства, і на основі аналізу вжити ефективних заходів як оперативного, так і стратегічного спрямування. Така програма має розроблятися обов'язково для кожного підприємства, виходячи зі специфіки його діяльності.

Конкретними кроками на шляху уникнення економічної кризи українських підприємств можуть бути:

- забезпечення високої фінансової ефективності роботи, фінансової стійкості і незалежності підприємства;
- забезпечення технологічної незалежності і досягнення високої конкурентоспроможності технічного потенціалу підприємства; збільшення капіталовкладень у ресурсозбереження;
- активна участь у міжнародних виставках, семінарах та впровадження передового світового досвіду;
- досягнення високої ефективності менеджменту, оптимальної і ефективної організаційної структури управління підприємством;
- досягнення високого рівня кваліфікації персоналу і його інтелектуального потенціалу;

- мінімізація руйнівного впливу результатів виробничо-господарської діяльності на стан навколишнього середовища;
- правова захищеність всіх аспектів діяльності підприємства;
- забезпечення захисту інформації, комерційної таємниці і досягнення необхідного рівня інформаційного забезпечення роботи всіх підрозділів підприємства;
- ефективна організація безпеки персоналу підприємства, його капіталу і майна, а також комерційних інтересів.

16.4 Санація (фінансове оздоровлення) господарюючих суб'єктів: сутність, цілі, форми здійснення та типові заходи

Санація – це комплекс послідовних взаємозв'язаних заходів фінансово-економічного, виробничо-технічного, організаційного, соціального характеру, спрямованих на виведення суб'єкта господарювання з кризи і відновлення або досягнення ним прибутковості й конкурентоспроможності.

Процес фінансового оздоровлення починається з виявлення та аналізу причин фінансової кризи, на основі якого приймається рішення щодо доцільності проведення санації, або повної ліквідації підприємства.

За проведення процесу санації необхідно визначити *стратегічні цілі й тактику проведення санації*. Кінцева мета санаційної стратегії полягає в досягненні довгострокових конкурентних переваг, які б забезпечили підприємству високий рівень рентабельності.

Відповідно до вибраної стратегії *розробляється програма санації*, тобто система взаємозв'язаних заходів, спрямованих на вихід підприємства з кризи. Вона формується на підставі вивчення причин фінансової кризи, аналізу внутрішніх резервів, стратегічних завдань санації та висновків про можливість залучення капіталу.

Наступним елементом класичної моделі оздоровлення є *проект санації*, що містить техніко-економічне обґрунтування санації, розрахунок обсягів фінансових ресурсів, конкретні графіки й методи мобілізації фінансового капіталу, строки освоєння інвестицій та їхньої окупності, оцінку ефективності санаційних заходів, прогнозовані результати виконання проекту.

Важливим компонентом санаційного процесу є *координація і контроль* за якістю реалізації запланованих заходів. Контролюючі органи повинні своєчасно виявляти й використовувати нові санаційні резерви, а також приймати об'єктивні кваліфіковані рішення щодо подолання можливих перешкод при здійсненні оздоровчих заходів.

Для визначення підприємств, які потребують державної фінансової підтримки, проводять державну експертизу санаційних проектів. Розподіл державних фінансових коштів, визначення строків і порядку їхнього виділення та повернення залежать від цілого ряду чинників.

Мобілізацію внутрішніх резервів можна здійснити за рахунок реалізації продукції за більш низькими цінами, скорочення дебіторської заборгованості, продажу зайвого устаткування, інших товарно-матеріальних цінностей, здачі в оренду приміщень, устаткування тощо.

Фінансову допомогу можуть здійснити три групи підприємств: партнери за кооперованими зв'язками; підприємства (холдинги), які володіють контрольним пакетом акцій неплатоспроможного підприємства; кредитори, які впевнені в позитивних наслідках фінансового оздоровлення неплатоспроможного підприємства.

Доцільність (ефективність) санаційних програм розвитку підприємства визначають за економічними показниками, наведеними в таблиці 16.1.

Таблиця 16.1 – Економічні показники для оцінювання доцільності санаційних програм розвитку підприємства

№ з/п	Показник	Рівень критерію, за якими здійснюється санаційна програма підприємства за		
		оптимальним	прийнятним	безперспективним
1	2	3	4	5
1.1	Виробництво й прибуток Індекс обсягу виробництва в натуральному виразі	дорівнює одиниці або більший	менший за одиницю, але більший за середньогалузевий	менший за середньогалузевий показник
1.2	Індекс динаміки цін на продукцію	менший за індекс інфляції	дорівнює індексу інфляції	більший за індекс інфляції
1.3	Співвідношення індексів динаміки обсягу реалізації (обсягу продажу) і витрат на виробництво продукції	>1	1	<1
1.4	Співвідношення індексів динаміки ФОП (фонду оплати праці) та обсягу реалізації (обсягу продажу)	<1	1	>1
1.5	Співвідношення індексу середньої заробітної плати та індексу інфляції	>1	1	<1
1.6	Співвідношення обсягів випуску продукції в натуральному виразі (або в незмінних цінах) і динаміки чисельності персоналу	>1	1	<1

Продовження таблиці 16.1

1	2	3	4	5
1.7	Співвідношення частки прибутку, яка направляється на розвиток виробництва, у базовому та розрахунковому періодах (у порівнянних цінах)	>1	1	<1
2	Імпорт Частка імпортозамінної продукції в загальному обсязі продукції підприємства і середньогалузевий показник	>1	>0	0
3 3.1	Конкуренентоспроможність на внутрішньому і зовнішньому ринках Частка експортної продукції у загальному обсязі виробництва підприємства та середньогалузевий показник	>1	>0 ;	0
3.2	Співвідношення індексу обсягів продажу у вартісному виразі та аналогічного галузевого показника	>10	1	<1

16.5 Банкрутство підприємства: сутність, причини, процедура визнання та способи прогнозування

Банкрутство – визнана господарським судом неспроможність боржника відновити свою платоспроможність і задовольнити визнані судом вимоги кредиторів не інакше як через застосування ліквідаційної процедури.

Боржник – суб'єкт підприємницької діяльності, неспроможний виконати свої грошові зобов'язання перед кредиторами, у тому числі зобов'язання щодо сплати податків і зборів (обов'язкових платежів), протягом трьох місяців після настання встановленого строку їх сплати.

Банкрут – боржник, який перебуває в процесі ліквідації.

Причини виникнення банкрутства:

– зовнішні (політичні, соціально-економічні, науково-технічні, зовнішньоекономічні);

– внутрішні (брак стратегічного плану розвитку; низька якість менеджменту; нераціональна організаційна структура; дефіцит власних оборотних коштів; збільшення дебіторської та кредиторської заборгованості; недосконалість механізму ціноутворення; брак довготермінового інвестування, технологічна неузгодженість процесу виробництва; утримання зайвих робочих місць).

Симптоми банкрутства:

- 1) зменшення обсягів реалізації продукції;
- 2) падіння прибутковості; скорочення робочих місць;

- 3) падіння попиту на продукцію;
- 4) втрати клієнтів і покупців;
- 5) збільшення обсягів неліквідних обігових коштів;
- 6) неритмічність виробництва;
- 7) низький рівень використання виробничого потенціалу;
- 8) збільшення витрат на виробництво і реалізацію продукції; зниження рівня продуктивності праці.

Ознаки банкрутства:

– різка зміна структури балансу підприємства (труднощі з готівкою та різке зменшення грошових коштів на рахунках; збільшення дебіторської заборгованості, зростання запасів готової продукції, збільшення кредиторської заборгованості;

– зниження обсягів продажу;

– неплатоспроможність – неспроможність суб'єкта підприємницької діяльності виконати після настання встановленого строку їх сплати грошові зобов'язання перед кредиторами, в тому числі по заробітній платі, а також виконати зобов'язання щодо сплати податків і зборів (обов'язкових платежів) не інакше як через відновлення платоспроможності.

Умови й механізм визнання банкрутами юридичних осіб, які займаються підприємницькою діяльністю і щодо яких претензії кредиторів можуть бути задоволені, визначається законодавчо.

Етапи й процедури порушення справи про банкрутство

1. Установлення факту банкрутства боржника.
2. Підтвердження факту беспірності вимог кредитора, який ініціює порушення права про банкрутство.
3. Визначення майнових активів боржника.
4. Виявлення всіх можливих кредиторів.
5. Обґрунтування можливого плану реструктуризації або санації.
6. Реструктуризація (санація), якщо така можлива
7. Визнання боржника банкрутом, якщо реструктуризація (санація) не можлива.

Розрізняють такі основні причини ліквідації підприємств:

1) вартість майна боржника продовжує знецінюватися, і бракує будь-якої можливості її відновлення;

2) жодна юридична чи фізична особа не звернулася до відповідного органу із заявою про проведення реструктуризації або санації боржника;

3) жодний з поданих реструктуризаційних чи санаційних планів не було схвалено кредиторами;

4) запропонований план виходу підприємства (організації) з кризового стану з тих чи тих причин неможливо реалізувати.

Арбітражний суд приймає відповідну постанову про визнання боржника банкрутом, яка надсилається всім учасникам, причасним до цього процесу. Цією постановою призначаються також ліквідатори з представників зборів кредиторів, банків, фінансових органів.

Призначені арбітражним судом ліквідатори утворюють ліквідаційну комісію, якій переходить право розпоряджання майном банкрута і всі його майнові права та обов'язки. Ліквідаційна комісія: управляє майном банкрута; здійснює інвентаризацію та оцінку майна; визначає ліквідаційну масу і розпоряджається нею; вживає заходів для стягнення дебіторської заборгованості; реалізує майно збанкрутілого підприємства і здійснює інші заходи, спрямовані на задоволення вимог кредиторів.

Ліквідаційна вартість – це чиста грошова сума, яку власники (власник) підприємства можуть одержати при ліквідації підприємства і окремого розпродажу його активів.

Наслідки ліквідації майна банкрутів:

- підприємницька діяльність банкрута завершується закінченням технологічного циклу з виготовлення продукції у разі можливості її продажу;

- строк виконання всіх грошових зобов'язань банкрута та зобов'язання щодо сплати податків і зборів (обов'язкових платежів) вважається таким, що настав;

- припиняється нарахування неустойки (штрафу, пені), процентів та інших економічних санкцій по всіх видах заборгованості банкрута;

- відомості про фінансове становище банкрута перестають бути конфіденційними чи становити комерційну таємницю;

- припиняються повноваження органів управління банкрута щодо управління банкрутом та розпорядження його майном.

- до ліквідаційної комісії переходить право розпоряджання майном банкрута і всі його майнові права та обов'язки;

Усі форми продажу майна банкрута (через викуп, на аукціоні, за конкурсом) оформляються договорами купівлі-продажу, який укладається між ліквідаційною комісією від імені підприємства-банкрута та покупцем.

Ліквідаційна комісія за погодженням із зборами (комітетом) кредиторів визначає послідовність реалізації об'єктів ліквідаційної маси та критерії їхнього відбору для продажу.

Кошти, одержані від продажу майна банкрута, спрямовуються на задоволення вимог кредиторів.

Після завершення реалізації майнових об'єктів, що входять до складу ліквідаційної маси і є необхідними для повного задоволення всіх вимог кредиторів, та розподілу виручених сум між кредиторами ліквідаційна комісія складає й подає в Арбітражний суд ліквідаційний баланс. Арбітражний суд ухвалює рішення про затвердження балансу, виносить ухвалу про ліквідацію юридичної особи боржника, звільняє ліквідаторів від виконання своїх обов'язків.

Таким чином, справа про банкрутство вважається закритою тільки після затвердження плану реструктуризації чи санації майна боржника, або після затвердження ліквідаційного балансу.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Базецька Г. І. Фінанси підприємства : планування та управління у виробничій сфері : навч. посіб. / Г. І. Базецька, Л. Г. Суботовська, Ю. В. Ткаченко ; ХНАМГ. – Харків : ХНАМГ, 2012. – 292 с.
2. Банкрутство і санація підприємства : теорія і практика кризового управління / [Т. С. Клебанова, О. М. Бондар, О. В. Мозенков та ін.] ; за ред. О. В. Мозенкова. – Харків : ВД «Інжек», 2003. – 271 с.
3. Бойчик І. М. Економіка підприємства : навч. посіб. / І. М. Бойчик. – 2-ге вид., доповн. та перероб. – Київ : Атіка, 2007. – 528 с.
4. Гриньова В. М. Фінанси підприємств в схемах : навч. посіб. / В. М. Гриньова, В. О. Коюда. – 2-ге вид., допрац. і доп. – Харків : ВД «Інжек», 2010. – 216 с.
5. Дугіна С. І. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. / С. І. Дугіна. – Київ : КНЕУ, 2005. – 393 с.
6. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. С. Ф. Покропивного. – 4-те вид. без змін ; Київ. нац. економ. ун-т ім. В. Гетьмана. – Київ : КНЕУ, 2008. – 528 с.
7. Економіка підприємства : підручник / за ред. Г. М. Мельника. – Суми : Університетська книга, 2019. – 864 с.
8. Економіка підприємства : підручник / О. В. Посилкіна, Р. В. Сагайдак, О. В. Козирєва, П. Д. Латін ; за ред. О. В. Посилкіної. – Харків : Вид-во НФАУ, Золоті сторінки, 2006. – 488 с.
9. Економіка підприємства : навч. посіб. / За ред. О. П. Крайник. Львів : «Львівська політехніка», 2003. – 208 с.
10. Економіка підприємства : навч. посіб. / За ред. А. В. Шегди. – Київ : Знання-Пресс, 2002. – 335 с.
11. Економіка підприємства : навч. посіб. для вищої школи / [А. В. Примак, Н. Я. Михаліцька, Х. І. Цвайг, М. Ю. Лалакулич]. – Львів : Новий Світ, 2000, 2012. – 439 с.
12. Економіка підприємства : підручник / [Г. О. Швиданенко, В. Г. Васильков, Н. П. Гончарова, А. І. Дмитренко та ін.]; за заг. та наук. ред. Г. О. Швиданенко. – Київ : КНЕУ, 2009. – 598 с.
13. Економіка підприємства : підручник / [М. Г. Грещак, В. М. Колот, О. Г. Мендрул та ін.]; за заг. та наук. ред. Г. О. Швиданенко. – Київ : КНЕУ, 2009. – 816 с.
14. Іванілов О. С. Економіка підприємства : підручник. / О. С. Іванілов; М-во освіти і науки України, Харківський держ. техн. ун-т будівництва та архітектури. – Київ : Центр учбової літератури, 2009. – 728 с.
15. Марусяк Н. Л. Фінанси підприємства : навч. посіб. / Н. Л. Марусяк ; Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. – Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2019. – 132 с.

16. Економіка підприємства : підручник / За заг. ред. Й. М. Петровича. – Львів : «Новий світ-2000», 2004. – 680 с.
17. Терещенко О. О. Фінансова санація та банкрутство підприємств : навч. посіб. / О. О. Терещенко. – Київ : КНЕУ, 2004. – 412 с.
18. Фінанси підприємств : підручник / Керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. – 7-ме вид., без змін. – Київ : КНЕУ, 2008. – 552 с.
19. Шваб Л. І. Економіка підприємства : підручник / Л. І. Шваб. – Київ : Каравела, 2011. – 416 с.

Електронне навчальне видання

СКЛЯРУК Наталія Іванівна,
ЖОВТЯК Ганна Анатоліївна,
БАЗЕЦЬКА Ганна Ігорівна

ЕКОНОМІКА І ФІНАНСИ ПІДПРИЄМСТВА

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

*(для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
всіх форм навчання спеціальності 073 – Менеджмент)*

Відповідальний за випуск *Н. М. Матвєєва*

За авторською редакцією

Комп'ютерне верстання *Г. А. Жовтяк*

План 2021, поз. 133Л

Підп. до друку 12.12.2023. Формат 60 × 84/16.

Ум. друк. арк. 11,7.

Видавець і виготовлювач:

Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002,

Електронна адреса: office@kname.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

ДК № 5328 від 11.04.2017