

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ  
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА**

**В.В. ВЕЛИЧКО**

# **ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА**

Навчальний посібник

Рекомендовано Міністерством освіти і науки України  
для студентів вищих навчальних закладів

**ХАРКІВ  
ХНАМГ  
2010**

УДК 334(075.8)  
ББК 65.29я73  
Б48

*Рецензенти:*

*Лепейко Т.І.* - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту організацій Харківського національного економічного університету;

*Пічугіна Т.С.* - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту організацій Харківського державного університету харчування і торгівлі

Автор:

В.В. Величко, кандидат економічних наук, доцент кафедри міської і регіональної економіки Харківської національної академії міського господарства

*Рекомендовано Міністерством освіти і науки України  
(лист № 1.4/18-Г-23 від 9 січня 2009 року)*

**Величко В.В.**

Б48 Економіка підприємства: навч. посіб./ В.В. Величко – Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. - ХНАМГ –2010. – 169 с.  
ISBN 978-966-695-155-0

Навчальний посібник підготовлено з урахуванням вимог кредитно-модульної системи за програмою навчальної дисципліни «Економіка підприємства». Особливістю навчального посібника є спрямованість на впровадження активних методик навчання, можливість самостійного оволодіння курсом за дистанційною або заочною форми підготовки фахівців. Кожна тема містить короткий виклад основних теоретичних положень, перелік питань, що обов'язкові для вивчення і підсумкового контролю знань. Використано сучасні вітчизняні й закордонні джерела, передовий досвід з економіки підприємства, діюче законодавство.

Розраховано на студентів економічних спеціальностей і викладачів вищих навчальних закладів. Посібник буде корисним керівникам підприємств, менеджерам, підприємцям, усім, кого цікавлять економічні питання підприємницької діяльності в Україні.

**УДК 334(075.8)  
ББК 65.29я73**

ISBN 978-966-695-155-0

© Величко В.В.  
© ХНАМГ, 2009

## ЗМІСТ

<b>Передмова</b> .....	4
<b>Розділ 1. Економічні основи функціонування підприємства в системі ринкових відносин</b> .....	6
1.1. Підприємство як суб'єкт та об'єкт ринкових відносин.....	7
1.2. Цільові характеристики діяльності підприємства на ринку.....	20
1.3. Планування діяльності підприємства.....	32
<b>Розділ 2. Планування діяльності підприємств</b> .....	42
2.1. Виробнича потужність підприємства.....	43
2.2. Планування виробничої діяльності підприємства.....	48
<b>Розділ 3. Ресурсне забезпечення підприємства</b> .....	55
3.1. Ресурсний потенціал підприємства.....	56
3.2. Матеріально-технічне забезпечення підприємства.....	65
3.3. Основні фонди підприємства.....	75
3.4. Оборотні фонди підприємства.....	93
3.5. Нематеріальні ресурси та активи.....	104
3.6. Трудові ресурси та стимулювання праці робітників.....	112
3.7. Технічний прогрес та розвиток підприємства.....	124
<b>Розділ 4. Основні результативні показники господарської діяльності підприємства</b> .....	129
4.1. Поточні витрати підприємства та собівартість продукції (послуг)..	130
4.2. Ціни та ціноутворення на підприємствах.....	140
4.2. Фінансові результати діяльності підприємства.....	152
<b>Термінологічний словник</b> .....	159
<b>Список літератури</b> .....	167

## ПЕРЕДМОВА

Із вступом України в ринкову стадію свого розвитку змінились форми ведення господарської діяльності. Господарюючим суб'єктам надані широкі права і можливості у реалізації своїх економічних інтересів, виборі способів організації виробництва, збуту продукції. При цьому підприємства виходять із власних ресурсних можливостей з врахуванням широкого спектру факторів, які впливають на ефективність використання виробничого потенціалу. Тому сьогодні на підприємствах потрібні компетентні кадри з глибоким знанням законодавчої бази, соціальних аспектів господарювання та конкретної економіки.

Економіка – термін грецького походження, що дослівно означає мистецтво ведення господарства. Економіку цілком справедливо вважають головною цариною діяльності людей, що забезпечує суспільство життєво необхідними матеріальними благами і послугами виробничо-технічного та споживчого призначення. Терміном “економіка” широко користуються для позначення сукупності окремих економічних наук. Нас цікавить економіка окремо взятого підприємства.

Економіка це сукупність засобів, законів і правил ведення господарства. Вона включає широкий спектр матеріальних і нематеріальних об'єктів, процесів і способів створення і розподілу матеріальних і духовних благ, без яких не може обходитись як окремих індивідів, так і суспільство в цілому.

Економіка – це наука про те, як суспільство використовує визначені, обмежені ресурси для виробництва корисних продуктів (послуг) і розподіляє їх серед різних груп людей. Економіка як наука вивчає теоретичні основи і практичні форми функціонування ринкових структур і механізмів взаємодії суб'єктів економічної діяльності суспільства.

Економіка підприємства як конкретна галузь науки й навчальна дисципліна базується на пізнанні та свідомому використанні економічних законів і закономірностей функціонування та розвитку суспільного виробництва.

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

Предметом вивчення економіки підприємства є методи і способи раціонального поєднання і ефективного використання всіх елементів виробничого процесу на рівня підприємства.

Дисципліна «Економіка підприємства» систематизовано викладає основні положення економіки як науки, розглядає інструментарій, що реалізує ці положення на рівні підприємства.

Основні знання, які набуває студент – це загальне розуміння організації функціонування підприємств, забезпечення їх ефективності та конкурентоспроможності.

Основні уміння, які набуває студент – використання у процесі господарювання конкретних форм прояву економічних закономірностей функціонування та розвитку суспільного виробництва.

Основні навички – проведення аналізу різних сфер діяльності підприємства: основних фондів, персоналу, технологій, витрат, прибутків та рівня конкуренції на ринку.

Програмні теоретичні питання дисципліни охоплюють усі аспекти діяльності підприємства як суб`єкта господарювання та первинної ланки національної економіки.

Економіка підприємства ґрунтується на таких суміжних дисциплінах, як економічна теорія, макроекономіка, мікроекономіка, бухгалтерський облік, організація виробництва, маркетинг, менеджмент.

Автор буде вдячний фахівцям за їхні пропозиції щодо вдосконалення навчального посібника.

## **РОЗДІЛ 1**

# **Економічні основи функціонування підприємства в системі ринкових відносин**

## **1.1. Підприємство як суб'єкт та об'єкт ринкових відносин**

### **Питання для теоретичної підготовки**

1. Підприємство як статутний суб'єкт господарювання.
2. Конкурентне ринкове середовище підприємства.
3. Класифікація підприємств та їх характеристика.

### **Ключові терміни і поняття**

*Підприємство*

*Напрями діяльності підприємства*

*Характерні особливості діяльності підприємства*

*Організаційно-економічні умови функціонування підприємства*

*Класифікація підприємств*

*Конкурентне середовище підприємства*

*Механізм державного регулювання діяльності підприємстві*

### **1. Підприємство як статутний суб'єкт господарювання.**

З метою здійснення різних видів конкретної праці у суспільстві створюють певні організації, які розрізняються за характером і метою діяльності. За цією ознакою організації поділяються на:

підприємницькі;

непідприємницькі.

Організації з підприємницьким характером діяльності називають підприємствами.

Підприємство – це самостійний господарюючий суб'єкт, що володіє правами юридичної особи і здійснює виробничу та комерційну діяльність з метою отримання прибутку.

Підприємство – це організаційно виокремлена та економічно самостійна основна (первинна) ланка виробничої сфери народного господарства, що

виготовляє продукцію, виконує роботу або надає платні послуги. Підприємство – це:

- цілісна система з завершеним відтворювальним процесом;
- комплекс засобів виробництва, що характеризуються технологічною єдністю;
- колектив людей з певними соціально-економічними відносинами.

Підприємство являє собою динамічну систему, воно може змінюватися, переходити з одного типу в інше, але при цьому воно залишається системою тому що має такі властивості:

- результативність – здатність отримувати ефект, створювати необхідну споживачу продукцію;
- надійність – стійке функціонування, яке забезпечується внутрішніми резервами, системою управління, зв'язком з іншими виробничими системами;
- довготривалість – властивість виробничої системи напротязі довгого часу зберігати результативність;
- гнучкість – можливість виробничої системи пристосовуватися до змінних умов зовнішнього середовища;
- управляємість – допустимість тимчасової зміни процесів функціонування в бажаному напрямі під впливом управлінських факторів.

#### Основні напрями діяльності підприємства

Напрямок діяльності	Характеристика напрямку
Маркетинговий	Вивчення ринку товарів та послуг
Виробничий	Обґрунтування обсягу випуску продукції (надання послуг) відповідно до потреб ринку, забезпечення матеріально-технічними ресурсами
Післяпродажний сервіс	Організація гарантійного ремонту, сервісного обслуговування клієнтів
Інноваційний	Науково-технічні розробки, технологічна підготовка виробництва
Економічний	Планування, облік, звітність, ціноутворення, зовнішньоекономічна діяльність, фінансування
Соціальний	Управління персоналом-професійна підготовка кадрів, створення належних умов праці та відпочинку працівників



До характерних особливостей підприємства відносяться:

економічна відокремленість

технологічна відокремленість

юридичне оформлення відокремленості

участь у суспільному розподілі праці

Типовими умовами діяльності підприємства у ринковому середовищі є:

- самостійне здійснення відтворювального процесу;
- повна економічна відповідальність за результати своєї діяльності;
- прибуток, який є головним джерелом коштів для розвитку підприємства;
- підприємство конкурує з іншими підприємствами;
- економічна допомога держави носить локальний, винятковий характер.

Серед юридичних актів, що регулюють всі напрямки діяльності підприємства визначальними є:

Господарський кодекс України ;

статут підприємства;

колективний договір.

Для ефективного господарювання необхідно визначити цілі створення і функціонування підприємства. Головну мету підприємства, тобто чітко окреслену причину його існування, у світовій економіці прийнято називати місією. Місією сучасного підприємства вважають виробництво продукції (робіт, послуг) для задоволення потреб ринку та одержання максимального прибутку. На основі загальної місії підприємства формулюються і встановлюються загальнофірмові цілі.

## **2. Конку rentне ринкове середовище підприємства.**

У сучасній економіці кожне підприємство діє в певному конкурентному середовищі, фактори якого справляють на нього визначальний вплив.

Поняття - конкуренція (від лат. concurrentia - суперництво, змагання). Конку rentція - це співіснування і боротьба товаровиробників та інших суб'єктів ринкового середовища за досягнення максимальних прибутків та інших цілей

шляхом задоволення різноманітних потреб споживачів з повним використанням при цьому власних сильних сторін і можливостей зовнішнього середовища, усуненням слабких власних сторін і загроз ззовні.

Підприємство перебуває в певному конкурентному середовищі, а тому змушене брати участь у конкурентній боротьбі.

Конкурентне середовище підприємства - це суб'єкти конкурентної боротьби (конкуренти) і їх дії із забезпечення власних інтересів, в результаті чого формуються певні умови діяльності підприємства.

Фактори, що впливають на інтенсивність конкуренції:

- велика кількість конкуруючих підприємств, що збільшує ймовірність появи стратегічних ініціатив;

- повільне зростання попиту;

- умови господарювання у галузі, що можуть спонукати конкурентів до зниження цін або інших методів зростання обсягів продаж;

- незадоволення учасників ринку своїм становищем на ньому;

- посилення конкуренції пропорційно зростанню прибутку від вдалих стратегічних рішень;

- конкуренція стає інтенсивною, коли витрати на те, щоб вийти з даного ринку, вищі, ніж залишитись на ньому та прийняти участь у конкурентній боротьбі.

Підприємство є привабливим з точки зору отримання великого прибутку, якщо конкурентні сили відчутно не впливають на ситуацію в ній. Ідеальним конкурентним середовищем для отримання високих прибутків є таке, в якому постачальники і покупці займають слабку позицію на торговельних переговорах, відсутні якісні товари-субститути, вхідні бар'єри високі, а конкуренція помірна. Однак, якщо хоча б одна з конкурентних сил є сильною, галузь стане привабливою лише для тих підприємств, чия стратегія достатньо діє проти тиску даної конкурентної сили і при цьому дає можливість отримувати прибуток вищий від середнього. Таким чином, щоб зайняти провідні позиції у галузі, підприємству слід забезпечити міцні конкурентні переваги.

Конкурентна перевага - це перевага, що забезпечує міцні позиції на ринку і доходи на рівні вищому, від середнього по галузі, завдяки кращій компетенції і можливостям в певній сфері або напрямку діяльності.

#### Види конкурентних переваг

Вид	Характеристика
Конкурентні переваги низького порядку	Використання дешевої робочої сили, дешевої сировини тощо. Такі переваги постійно і легко втрачаються внаслідок підвищення зарплати і цін на ресурси, або використання таких дешевих ресурсів конкурентами.
Конкурентні переваги високого порядку	За наявності унікальної технології, добре підготовленого персоналу, унікальної продукції, високого іміджу підприємства. Такі конкурентні переваги забезпечують стійку конкурентоспроможність підприємства в галузі.

Визначивши конкурентні сили у галузі, конкурентну позицію підприємства і діапазон конкуренції, можна формувати його загальні конкурентні стратегії, тобто такі стратегії, що універсально застосовуються на будь-якому підприємстві.

Фактори зовнішнього конкурентного середовища є вкрай неоднорідними за джерелами свого походження, оскільки виступають проявом систем різного рівня. Виділяють п'ять груп факторів.

#### Фактори зовнішнього конкурентного середовища

Фактори	Характеристика факторів
Локальні фактори	Фактори, які виникають на рівні взаємодії між підприємствами певного регіону
Фактори мезорівня або галузеві	Фактори, що визначаються функціонуванням галузі як системи; до них відносять механізми внутрішньогалузевого регулювання, методи та рівень внутрішньогалузевої конкуренції, стан попиту тощо
Макроекономічні	Фактори, що відображають умови функціонування національних економік, а саме загальногосподарську кон'юнктуру, стан та динаміку платоспроможного попиту, механізми державного регулювання економіки, наявність та рівень розвитку ринкової інфраструктури тощо
Фактори світової економіки	До цих факторів відносять кон'юнктуру світових ринків, міжнародний розподіл праці, динаміку валютних курсів, міжнародні угоди у сфері зовнішньої торгівлі тощо
Фактори глобальної економіки	Фактори, які включають поширення ринкової економічної моделі на всі регіони світу, зменшення можливостей держав контролювати внутрішні соціально-економічні процеси, стирання межі між зовнішньою і внутрішньою політикою держав, стимулювання процесу демократизації світової спільноти, зростання впливу міжнародних організацій, регіональних об'єднань, транснаціональних компаній тощо

Залежно від сфери походження фактори впливу на конкурентне середовище поділяють на наукові, техніко-технологічні, управлінські, економічні, соціально-демографічні, географічні, екологічні, політичні.

## Складові та фактори конкурентного середовища

Фактори	Характеристика факторів
Наукові	Фактори, які характеризують інтелектуальну власність та свідчать про підвищення ефективності наукової сфери. До наукових факторів відносяться фактори пов'язані з розвитком науки як провідної ланки системи «наука – техніка – виробництво», важливим при цьому є врахування інноваційного характеру економічного розвитку
Техніко-технологічні	Фактори, що характеризуються розвитком техніки, обладнання, інструментів, процесів обробки та виготовлення продуктів, матеріалів і технологій, а також ноу-хау, відображають стан та динаміку науково-технічного прогресу, рівень техніки та технології, продуктивність та надійність устаткування, гнучкість виробничих процесів тощо
Управлінські	Фактори, що характеризують структуру та ефективність системи управління підприємства, рівень організації його маркетингової та фінансово-економічної діяльності, характер організації виробничих процесів та організації праці, ступінь ефективності створених на підприємстві систем прогнозування, стратегічного та поточного планування, моніторингу та оперативного регулювання тощо
Економічні	відображають стадію циклу розвитку економіки, розвиток інтеграційних процесів у економічному просторі, загальногосподарську та галузеву кон'юнктуру, методи та механізми регулювання господарської діяльності на рівні держави, регіонів та галузей тощо
Соціально-демографічні	Фактори, що відображають стан та динаміку соціальних та демографічних процесів, що відбуваються на макро- та мікро-рівнях. Вплив цієї групи факторів на конкурентне середовище є двобічним: з одного боку, вони здійснюють суттєвий вплив на рівень, динаміку та специфічні особливості попиту на кожному конкретному ринку; з іншого боку, ці фактори певною мірою відбиваються на рівні ефективності виробничо-господарської діяльності складових конкурентного середовища
Екологічні	Фактори, що характеризують взаємозв'язок виробничо-економічної діяльності підприємства зі станом оточуючого природного середовища. До цієї групи слід віднести вимоги екологічного законодавства, витрати, що виникають у зв'язку з утилізацією відходів виробництва, витрати на утримання та експлуатацію природоохоронних споруд тощо
Географічні	Фактори, які пов'язані з розміщенням, топографією місцевості, кліматом і натуральними ресурсами, зокрема, корисними копалинами.
Політичні	Фактори, що здійснюють суттєвий вплив на конкурентне середовище: загальнополітичний клімат та стан розвитку міжнародних відносин, політики іноземних країн щодо соціально-економічних та політичних перетворень в Україні, військово-політичні конфлікти в окремих регіонах світу
Фактори конкуренції	Фактори, які відбивають майбутні та поточні дії конкурентів, зміни в частках ринків, концентрації конкурентів тощо

Залежно від свого характеру фактори впливу на конкурентне середовище, поділяються на загальні, специфічні та індивідуальні.

Загальні фактори здійснюють вплив на усі складові конкурентного середовища без винятку; специфічні фактори – це ті, що здійснюють вплив на складові конкурентного середовища, що діють в межах, наприклад, певної галузі, або певного регіону, або тих, що діють на конкретному ринку; дія індивідуальних факторів обумовлює зміни лише окремої складової конкурентного середовища.

Залежно від тривалості дії фактори, що впливають на конкурентне середовище, поділяються на постійні та тимчасові.

Постійні фактори визначають загальний стан та динаміку конкурентного середовища; тимчасові – змінюють цей стан внаслідок тих чи інших подій.

Залежно від ролі факторів у забезпеченні підприємства конкурентною перевагою, конкурентоспроможності та конкурентної позиції підприємства вони поділяються на основні та другорядні.

Вплив основних факторів на рівень конкурентоспроможності є визначальним; саме вони є вирішальними у забезпеченні реалізації стратегічних цілей та підпорядкованих їм основних завдань підприємства. Вплив другорядних факторів на конкурентне середовище не є визначальним – фактично вони лише створюють умови для нормального функціонування складових конкурентного ринкового середовища (рис. 1. 1).

Вивчення усіх наведених факторів є важливою передумовою формування системного бачення конкурентного середовища, без якого неможливі управління підприємством, формування стратегії та її практична реалізація на ринку.

Принципи поведінки суб'єктів господарювання на конкурентному ринку:

Принцип соціального партнерства – підприємство зобов'язане постійно опікуватися питаннями соціального розвитку не тільки свого трудового колективу, а й місцевого населення.

Принцип свободи підприємства - цей принцип забезпечуються певними правами підприємства, а саме: (можливість самостійної діяльності, самостійної організації виробництва, самостійності у прийнятті господарських рішень, реальним правом розпорядження майном і прибутком підприємства).

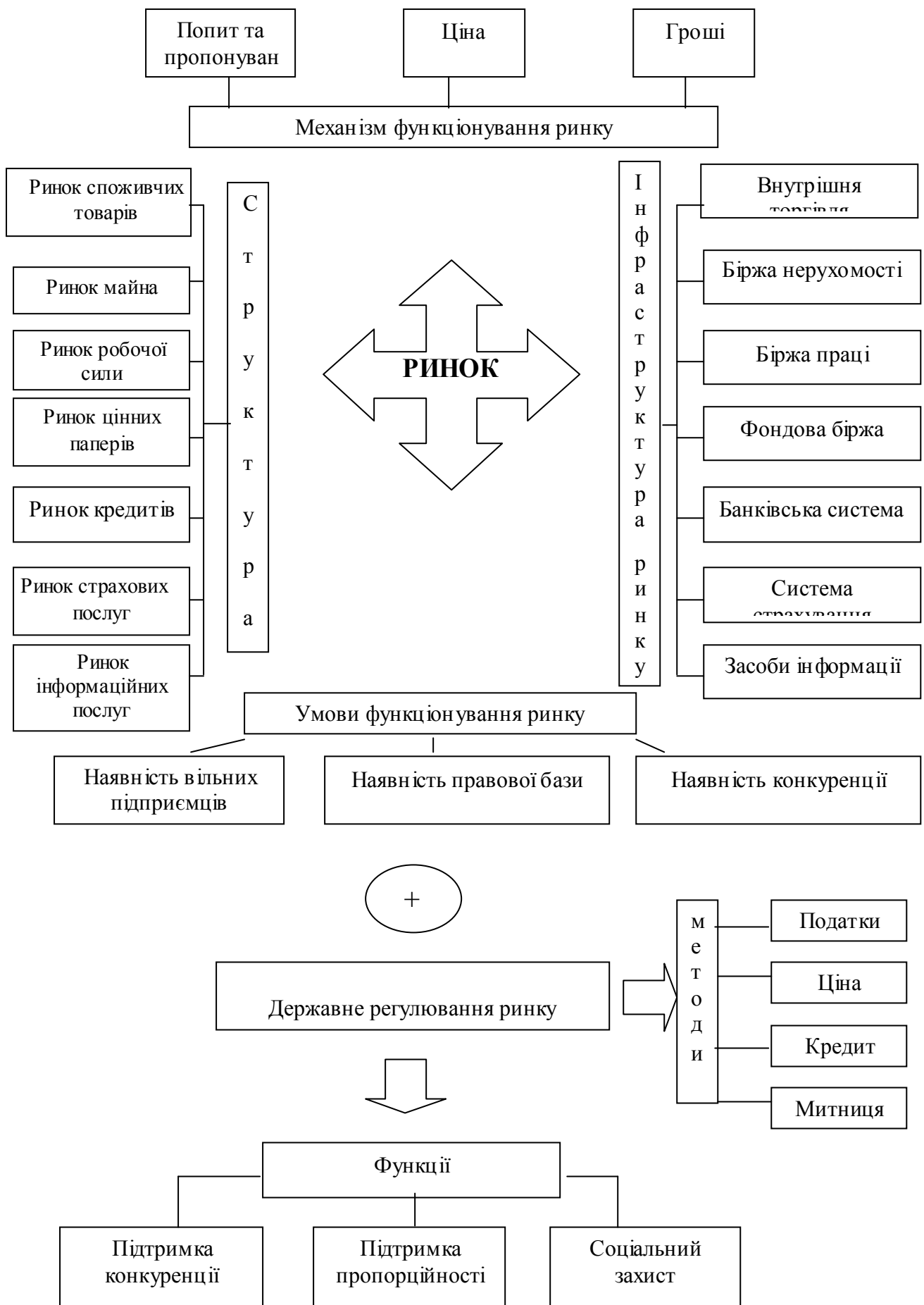


Рис. 1.1 Формування конкурентного середовища підприємства на ринку

Ринок – це сфера товарного обігу і зв’язана з ним сукупність товарно-грошових відносин, яка виникає між виробниками (продавцями) та споживачами (покупцями) у процесі купівлі-продажу товарів та послуг.

Конкурентне середовище підприємства можна представити як взаємодію суб’єктів конкурентної боротьби і їх дії із забезпечення власних інтересів, в результаті чого формуються певні умови діяльності підприємств, а факторами, що системно здійснюють вплив на конкурентне середовище є ті чи інші причини, які або частково впливають на рівень та характер конкурентного середовища підприємства, або ж повністю визначають його.

### 3. Класифікація підприємств та їх характеристика

Для забезпечення ефективної діяльності в сучасних умовах, кваліфікованого управління підприємствами важливою є повна класифікація підприємств за певними ознаками. Класифікація підприємств – це їх угруповання за певною ознакою.

#### Класифікація підприємств

Класифікаційні ознаки	Види підприємств
Мета й характер діяльності	комерційні (які мають прибуток) некомерційні (доброчинні, освітянські, медичні, наукові та підприємства невиробничої сфери)
Вид діяльності	завод банк інститут контора агентство магазин фірма .. тощо
Форма власності майна	приватні (індивідуальні та сімейні) колективні комунальні державні
Національна належність капіталу	національні закордонні змішані (спільні)

Правовий статус і форма господарювання	одноосібні кооперативні (виробничі та споживчі) орендні господарські товариства (повне товариство, товариство з обмеженою відповідальністю, товариство з додатковою відповідальністю, командитне, акціонерне товариство)
Галузево-функціональний вид діяльності	промислові сільськогосподарські будівельні транспортні торгові виробничо-торгові торгово-посередницькі інноваційно-впроваджувальні лізингові банківські страхові туристичні житлово-комунальні
Технологічна (територіальна) цілісність і ступінь підпорядкування	головні дочірні асоційованя філії
Розмір за кількістю працівників	великі середні малі (у промисловості та будівництві до 200 осіб, інші галузі виробничої сфери – 50, наука й наукове обслуговування – 100, галузі невиробничої сфери – 25, роздрібна торгівля – 15) мікропідприємства (до 10 осіб та виручкою до 250 тис. грн. на рік)

За правовим статусом та формою господарювання підприємства поділяють на одноосібні, кооперативні (виробничі та споживчі), орендні, господарські товариства (повне товариство, товариство з обмеженою відповідальністю, товариство з додатковою відповідальністю, командитне, акціонерне товариство).

Одноосібне володіння — підприємство, в якому майно належить одному суб'єкту, що самостійно веде справу, отримує весь дохід і несе відповідальність за ризик від бізнесу.

Партнерство, або товариство, — форма організації бізнесу, що засновується на об'єднанні (пайовому, дольовому) майна різних власників.

Розрізняють такі види партнерства: повне товариство (товариство з необмеженою відповідальністю); товариство з обмеженою відповідальністю; змішане (командитне) товариство.



Повне товариство (товариство з необмеженою відповідальністю) – товариство учасники якого несуть відповідальність за роботу фірми в розмірах як свого внеску, так і своїх особистих коштів. Найчастіше статус повного партнерства використовують невеликі фірми у сфері професійних послуг (юридичних, аудиторських, медичних тощо).

Товариство з обмеженою відповідальністю – товариство, де майнова відповідальність партнерів не перевищує суми, яку вони внесли при створенні товариства. Такі партнерства характерні для фірм, зайнятих здійсненням будівельних проектів, розробкою природничих ресурсів, операціями з нерухомістю та іншими видами діяльності в капіталомістких сферах.

Змішане (командитне) товариство об'єднує частину своїх членів за принципом повної (необмеженої) відповідальності (дійсні члени), а частину — за принципом обмеженої відповідальності, майнова відповідальність яких поширюється лише на внесок, зроблений учасником у капітал товариства. Право голосу в таких фірмах мають лише дійсні члени товариства.

Класифіковані за формою власності державні підприємства засновані на державній власності, яка має два рівні: загальнодержавний і комунальний. Відповідно функціонують і два види підприємств.

Майном і виробничо-комерційною діяльністю загальнодержавних підприємств розпоряджається вищий орган державної влади.

Комунальні підприємства є власністю адміністративно-територіальних одиниць влади, які використовують їхній потенціал у своїх власних інтересах.

Розрізняють підприємства малі, середні та великі.

Сучасна економіка передбачає оптимальне поєднання великих, середніх і малих підприємств.

Підприємства класифікують також за сферою, видом господарської діяльності. Зумовлено це тим, що існує суспільний поділ праці, відповідно до якого утворюються підприємства сільськогосподарські, промислові, будівельні, транспортні, фінансові, торговельні, наукові, сфери обслуговування.

Підприємства різних сфер господарювання відрізняються між собою не тільки структурою і умовами виробництва, а й тим, що вони виробляють. У промисловості, наприклад, створюються як засоби виробництва (верстати, вантажні автомобілі, трактори тощо), так і предмети споживання (взуття, одяг, продукти харчування). Торговельні та фінансові біржі сприяють прискоренню обороту капіталу, поєднуючи виробників і покупців. Виходячи з цього підприємства різних галузей можна згрупувати за видом діяльності так: виробничі, фінансові, посередницькі, страхові.

Під структурою підприємства розуміється його внутрішня будова, тобто склад підрозділів, система їх зв'язку, взаємодії та підпорядкованості. Сукупність виробничих підрозділів утворює виробничу структуру підприємства.

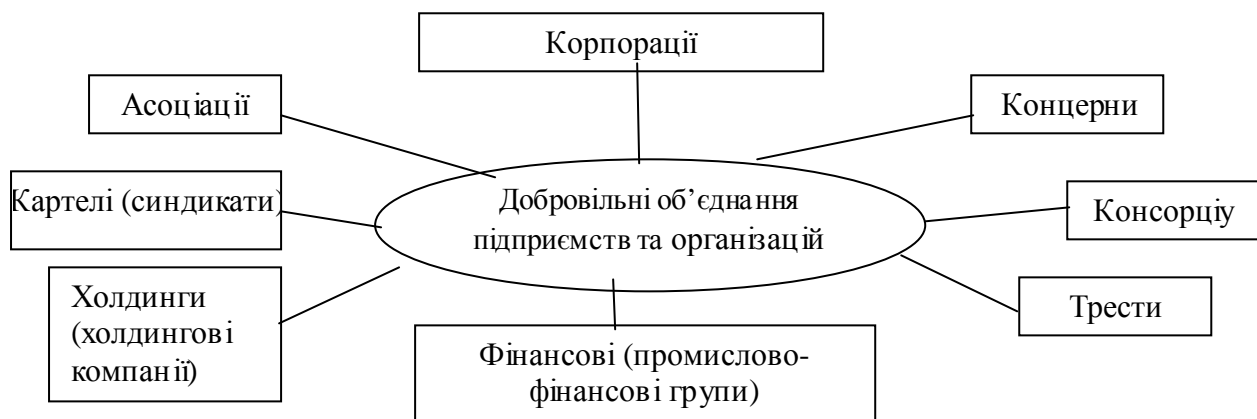


Рис. 1.2 Форми добровільних об'єднань підприємств та організацій.

Згідно з чинним законодавством в Україні можуть створюватися і функціонувати два типи об'єднань підприємств та організацій (інтеграційних утворень):

- добровільні
- інституціональні.

Інституціональні об'єднання – підприємства, діяльність яких започатковується в директивному порядку міністерствами чи Кабінетом Міністрів України: виробничі, науково-виробничі, науково-технічні, виробничо-торгівельні об'єднання (комплекси, центри).

Підприємства мають право на добровільних засадах поєднувати свою виробничу, наукову, комерційну й інші види діяльності, якщо це не суперечить антимонопольному законодавству України.

### **Запитання та завдання для самоконтролю**

1. Яке місце в економічній системі суспільства займає підприємство?
2. Назвіть основні функції підприємства і розкрийте їх функції
3. Охарактеризуйте основні фактори конкурентного середовища
4. Які характерні риси підприємства вам відомі?
5. Які фактори впливають на формування організаційно-правових форм підприємств?
6. Поясніть економічні причини створення (виникнення) різних форм об'єднання

## 1.2. Цільові характеристики діяльності підприємства на ринку

### Питання для теоретичної підготовки

1. Стратегічні та тактичні цілі діяльності підприємства
2. Економічні межі обсягу діяльності підприємства

### Ключові терміни і поняття

*Мета функціонування підприємства*

*Головна ціль підприємства*

*Стратегічні та тактичні цілі*

*Дерево цілей*

*Прибуток підприємства*

*Точка беззбитковості*

### 1. Стратегічні та тактичні цілі діяльності підприємства

Мета підприємства (товариства) – це визначення якісних і кількісних характеристик функціонування підприємства, до досягнення яких воно прагне. Мета функціонування товариства утворює складну і взаємопов'язану систему, що залежить як від зовнішнього середовища, котре оточує підприємство, такі від внутрішніх факторів його функціонування.

Загальна (генеральна) стратегія розвитку підприємства пов'язана з діяльністю підприємства в цілому, використанням всіх ресурсів і орієнтована на виконання його головної цілі.

Виробничі (допоміжні) види стратегій забезпечують реалізацію генеральної стратегії підприємства по окремим напрямкам його діяльності (маркетингова, фінансова, виробнича та ін.), видам діяльності (стратегія основної діяльності, пов'язана з реалізацією товарів і обслуговуванням покупців, стратегія неторгової діяльності – ремонтно-будівельної, транспортної, виробничої і т.д.) використанню окремих видів ресурсів (стратегія формування і використання трудових ресурсів, матеріально-технічної бази, фінансових ресурсів і т. д.)

Стратегічні плани повинні бути зроблені так, щоб не тільки залишатися цілісними протягом тривалих періодів часу, але і бути достатньо гнучкими, щоб при необхідності можна було здійснити модифікацію і переорієнтування. Загальний стратегічний план варто розглядати як програму, що спрямовує діяльність фірми протягом тривалого періоду часу, даючи собі звіт про те, що конфліктна і постійно мінлива ділова і соціальна обстановка робить постійні коригування неминучими.

Першим і, може бути самим істотним рішенням при плануванні, буде вибір цілей підприємства.

Діяльність підприємства на споживчому ринку направлена на досягнення певних стратегічних цілей і тактичних задач, які дозволяють забезпечити ефективну господарську діяльність, виживання і його конкурентоспроможність на ринку.

Під *ціллю* розуміють якісні і кількісні характеристики функціонування підприємства, до досягнення яких воно прагне.

Досягнення цілей підприємства передбачає реалізацію цілей суспільства (в нормальних умовах розвитку ринку), оскільки отримання прибутку передбачає реалізацію продукції, тобто визнання її покупцем.

#### *Вимоги до цілей діяльності підприємства*

1. Цілі повинні бути досяжними - це принципова вимога при визначенні цілей. Вони не повинні бути досить легкими для досягнення. Але вони не повинні бути нереальними щодо можливостей виконавців. Нереальна для досягнення ціль приводить до демотивації працівників і втрати ними необхідних в роботі орієнтирів, що негативно позначається на діяльності підприємства.

2. Цілі повинні бути гнучкими, що надає можливість для їх корегування щодо змін як у внутрішньому так і у зовнішньому середовищі.

3. Цілі повинні бути конкретними, мати певну визначеність і специфічність, допомагати однозначно орієнтуватись у спрямованості функціонування підприємства. Цілі повинні чітко фіксувати передбачувані результати діяльності, терміни їх досягнення й хто повинен її досягти. Чим конкретнішою є ціль, тим легше визначити стратегію її досягнення.

4. Цілі повинні бути вимірюваними, тобто сформульованими таким чином, щоб їх можна було кількісно виміряти.

5. Цілі повинні бути сумісними, що означає що довготермінові цілі відповідають місії підприємства, а короткотермінові - довготерміновим його цілям. Важливо, щоб відповідали одна одній цілі, які відносяться до прибутковості й до визначення конкурентної позиції, цілі зміцнення позиції на опанованому ринку й цілі щодо проникнення на нові ринки, цілі прибутковості й благодійності, цілі щодо зростання й цілі щодо підтримання стабільності.

6. Цілі повинні бути прийнятними для основних суб'єктів, які визначають діяльність підприємства. При формулюванні цілей досить важливо враховувати побажання й потреби працівників.

Класифікація цілей підприємства в залежності від стадії життєвого циклу

Стадія життєвого циклу	Головна ціль	Основне завдання
Народження	Виживання	Вихід на ринок
Дитинство	Короткочасний прибуток	Закріплення позицій на ринку
Юність	Прискорений ріст об'ємів продаж та прибутку	Захоплення своєї частини ринку
Рання зрілість	Постійний ріст об'ємів діяльності	Диверсифікація діяльності (освоєння додаткових напрямків діяльності)
Зрілість	Формування іміджу підприємства і збалансований ріст	Закріплення позицій підприємства на освоєному ринку
Старіння	Збереження позицій	Забезпечення стабільності господарської діяльності
Відродження	Оживання (пошук додаткових імпульсів в діяльності)	Омолодження (технічне переозброєння, нові постачальники, застосування нових технологій і т.п.)

Класифікація цілей підприємства за групами

Ознака	Види цілей
За змістом (за предметом, сферами діяльності підприємств)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- економічні;</li> <li>- соціальні;</li> <li>- виробничі;</li> <li>- організаційні;</li> <li>- технологічні;</li> <li>- політичні;</li> <li>- наукові;</li> <li>- естетичні;</li> <li>- психологічні;</li> <li>- екологічні.</li> </ul>

За спрямованістю на середовище	- зовнішні; - внутрішні.
За розміром	- максимальні; - мінімальні.
За горизонтом планування (часовим)	- довгострокові (стратегічні); - середньострокові (тактичні); - короткострокові (оперативні).
За сферою дії	- глобальні; - регіональні; - вищі; - проміжні; - національні; - локальні.
За ієрархією	- цілі підприємства; - цілі структурних підрозділів і функціональних служб.
За сумісністю	- сумісні, взаємодоповнюючі; - індиферентні (незалежні); - конкурентні.
За вимірюваністю	- переважно кількісні; - якісні.
За відношенням до бізнесу	- комерційні; - некомерційні (суспільні).
За персоніфікацією	- індивідуальні (особисті); - групові.
За характером діяльності	- цілі функціонування; - цілі розвитку.
За стадіями життєвого циклу	- цілі створення; - цілі розвитку; - цілі згортання.

Слід ставити такі цілі, які б забезпечували одержання максимально можливих прибутків у довготерміновій перспективі, а також враховували б інтереси суспільства загалом щодо охорони навколишнього середовища та реалізації соціальних потреб населення.

Залежно від концепції підприємства встановлюється генеральна мета, місія організації — суто економічна або соціально-економічного характеру.

Для досягнення генеральної мети потрібно довести її зміст до кожного рівня та виконавця на підприємстві, визначити внесок кожного з працівників у стратегічний успіх підприємства взагалі.

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.

Співвідношення цілей різних рівнів в ієрархії таке: а) цілі вищого рівня завжди мають ширший характер і більший часовий інтервал для досягнення; б) цілі нижчого рівня є засобом досягнення цілей вищого рівня. В цілому, якщо ієрархія цілей побудована правильно, то кожний підрозділ, досягаючи своїх цілей, робить внесок у досягнення цілей підприємства в цілому.

Ієрархія, рангування проводяться за допомогою декомпозиції 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. Це можна забезпечити за допомогою декомпозиції цілей та задач, тобто побудовою «дерева цілей», де встановлюються конкретні, вимірні задачі, що лежать в основі конкретних видів робіт.

«Дерево цілей» — це наочне графічне зображення підпорядкованості та взаємозв'язку цілей, що демонструє розподіл загальної (генеральної) мети або місії на підцілі, завдання та окремі дії. «Дерево цілей» можна визначити, як «цільовий каркас» організації, явища чи діяльності.

Мета — це ідеальне уявлення про характер діяльності та можливості об'єкта, відносно якого вона встановлена й має відбивати об'єктивні умови його існування, а також коригування структури об'єкта, структури та динаміки процесу досягнення мети, тому мова має йти про сукупність цілей.

Побудова «дерева цілей» будь-яким методом базується на таких якостях цілей, як: співпорядкованість; розгортуність; співвідносна важливість.

Вимоги до побудови „дерева цілей» :

- на кожному рівні сукупність цілей, підцілей, завдань по винна відповідати обсягам і вкладатися в строки виконання цілей вищого рівня;

- відсутність суперечностей між цілями що знаходяться на різних рівнях „дерева цілей»;



- декомпозиція місії і мети на всіх рівнях повинна проводитись за одним і тим же методологічним підходом;
- цілі усіх рівнів мають бути виражені в конкретних обсягах, строках з визначенням конкретних виконавців (відповідальних).

## **2. Економічні межі обсягу діяльності підприємства**

Розрізняють нормативні та фактичні «дерева цілей» організації.

Нормативне дерево цілей — має плановий характер.

Фактичне дерево цілей — характеризує поточний стан підприємства з точки зору діяльності, яку воно тепер виконує.

Перехід від фактичного до нормативного «дерева цілей» є завданням, яке розв'язує стратегічне управління.

Цілі визначають у кількісно-якісних показниках внесок до загальних результатів, очікуваних від діяльності окремої виробничої чи управлінської ланки, окремого менеджера чи виконавця-робітника (залежно від змісту конкретної мети та діяльності, яка пов'язана з її досягненням).

Цілі мають бути встановлені для кожного напрямку діяльності підприємства, для кожного виробничого підрозділу, який бере участь у досягненні результатів. Цілі підприємства — це описані у формальному вигляді межі, яких воно бажає досягти у довго- та короткостроковому періоді.

Стратегічні цілі пов'язані з:

- реалізацією напрямків діяльності у привабливих галузях, їхньою комбінацією;
- конкурентним положенням на ринку та сприйманням його споживачами та суспільством;
- інвестиційною діяльністю зовнішніх інвесторів, місцем, яке бажає зайняти підприємство на фінансовому ринку;
- внутрішніми особливостями та можливостями підприємства забезпечувати реалізацію зовні спрямованих цілей.

Стратегічні цілі потрібно встановлювати в усіх ланках і напрямках діяльності підприємства, від яких залежить його виживання та успіх.

Сукупність цілей можна охарактеризувати за допомогою конкретних пока-зників, що дає змогу виконати вимогу вимірюваності. Кожне підприємство обирає та формулює свої цілі, а також формує систему показників для їхньої характеристики.

Показники, що в загальному переліку можуть відбивати цілі організації, найчастіше згруповані таким чином:

- загальноекономічні цілі: рівень прибутків; рівень рентабельності (розрахований за різними методиками); річний приріст прибутку; річний приріст доходу в розрахунку на одну просту акцію тощо;

- маркетингові цілі: загальний обсяг продажу; частка ринку, що його обслуговує фірма; приріст обсягів продажу; приріст частки ринку; рівень забезпеченості ресурсами; рівень цін;

- цілі виробництва: масштаб виробництва та динаміка приросту; рівень витрат; додана вартість та її динаміка; рівень якості виробництва; упровадження нових методів виробництва; рівень диверсифікації; рівень ефективності тощо;

- фінансові цілі: мінімізація податкового «пресу»; фінансова стабільність; оптимальна структура капіталу; динаміка обіговості капіталу; ціна акції та рівень дивідендів; приріст інвестицій та ін.;

- науково-технологічні цілі: технологічний рівень; розробка нових продуктів і технологій; придбання патентів і ліцензій; адаптація «know-how» до умов виробництва тощо;

- кадрові цілі: оптимальний рівень чисельності та структури персоналу; рівень кваліфікації персоналу; розвиток системи набору, добору, підвищення кваліфікації та перекваліфікації; рівень продуктивності праці тощо;

- організаційно-управлінські цілі: упровадження ефективних технологій управління; оптимізація часових характеристик для прийняття рішень; упровадження ефективних методів організації виробництва та управління тощо.

Однією з головних цілей діяльності підприємства є прибуток.

Прибуток — це частина заново створеної вартості й водночас показник результату фінансово-господарської діяльності підприємства. Узагальнюючими фінансовими показниками діяльності підприємства є валовий і чистий прибуток.

Валовий прибуток (збиток) розраховують як різницю між чистим доходом (виручкою) від реалізації продукції (послуг) і собівартістю реалізованої продукції.

Чистий дохід (виручку) від реалізації продукції визначають вирахуванням з доходу (виручки) від реалізації продукції відповідних податків, зборів, знижок тощо (податок на додану вартість, акцизний збір, інші збори або податки з обороту, інші вирахування з доходу — знижки, повернення продукції тощо).

Плануючи прибуток, ураховують внутрішні й зовнішні умови діяльності підприємства, тобто зміни макроекономічних чинників (зміна законодавства, структури попиту, інфляції і т. ін.).

Розрізняють пасивну й активну стадії складання плану прибутку. Розроблення плану прибутку з урахуванням коректив, що враховують зміни зовнішніх і внутрішніх умов, — це пасивна стадія планування.

Активна стадія полягає у визначенні найбільшої прибутковості підприємства з урахуванням зовнішніх і внутрішніх змін. Активна стадія дає змогу збільшити прибуток, визначений у процесі пасивної стадії розроблення плану, завдяки пошуку й мобілізації резервів підвищення продуктивності праці, зниження окремих витрат на виробництво та реалізацію продукції, збільшення обсягів продажу продукції, частки прибутку в ціні окремих виробів, якість яких перевищує якість аналогічної продукції конкурентів, і т. ін.

Прогнозування, планування отримання прибутку підприємствами необхідне для складання перспективних і поточних фінансових планів.

Існують такі методи планування операційного прибутку: прямий, за показниками витрат на 1 грн продукції, економічний (аналітичний) метод. У процесі планування також визначаються: валовий прибуток, прибуток від операційної діяльності, прибуток від звичайної діяльності та чистий прибуток. Такими методами можна визначити плановий операційний прибуток. Потім

обчислюють плановий прибуток від звичайної діяльності, при цьому враховують доходи й витрати від інвестиційної та фінансової діяльності.

Прибуток від звичайної діяльності, який отримає підприємство у плановому періоді, підлягає розподілу. У розподілі прибутку можна виокремити два етапи:

1) розподіл прибутку; на цьому етапі учасниками розподілу є держава й підприємство, пропорції розподілу складаються під впливом таких чинників: об'єктів і ставок оподаткування, порядку надання податкових пільг;

2) розподіл і використання прибутку, що залишився в розпорядженні підприємств після здійснення платежів до бюджету, тобто чистого прибутку; на цьому етапі можуть створюватися за рахунок прибутку цільові фонди: резервний, розвитку й удосконалення виробництва, соціальних потреб, заохочення; кошти цих фондів використовують для фінансування відповідних витрат.

Фінансовий результат, тобто прибуток (збиток), залежить від умов прибутковості, головними з яких є:

- ринкові ціни на продукцію й послуги підприємства, які складаються залежно від попиту й пропозицій;
- обсяг виробництва й реалізації продукції;
- витрати на виробництво продукції.

Аналіз «витрати — обсяг — прибуток» є досить універсальним методом фінансового планування. Він дає можливість:

- визначати обсяги виробництва й реалізації продукції з погляду їхньої беззбитковості;
- приймати рішення щодо цільових розмірів прибутку;
- визначати граничний обсяг виробництва продукції, подальше збільшення якого зменшує прибуток, тому що починається зниження граничного прибутку.

Суть методу — у знаходженні точки беззбитковості, яка означає мінімальний обсяг продажу продукції, починаючи з якого підприємство не має збитків. При цьому витрати підприємства дорівнюють його доходам, що можна показати формулою

$$O_{\text{пр}} \cdot Ц = C_{\text{пост}} + V \cdot O_{\text{пр}}, \quad (1.1)$$

де  $O_{\text{пр}}$  — обсяг продажу, шт.;

$Ц$  — оптова ціна продажу, грн;

$C_{\text{пост}}$  — величина постійних (фіксованих) витрат, грн;

$V$  — величина змінних витрат на одиницю продукції, грн.

$$O_{\text{кр}} = C_{\text{пост}} / (Ц - V), \quad (1.2)$$

де  $O_{\text{кр}}$  — точка беззбитковості, тобто такий обсяг продажу, починаючи з якого ціна продажу товару перевищує витрати на його виробництво й реалізацію.

Для визначення планової величини обсягу виробництва та продажу, що відповідає беззбитковому стану підприємства, необхідно знати три величини:

- оптову ціну продажу товару;
- обсяг постійних (фіксованих) витрат, тобто таких витрат, величина яких у короткому періоді часу не пов'язана з обсягом виробництва й реалізації та їхніми змінами;
- обсяг змінних витрат, тобто таких витрат, які змінюють свою величину у зв'язку зі зміною обсягу виробництва й реалізації продукції.

Графічно точку беззбитковості визначають у точці перетину ліній валового доходу й валових витрат.

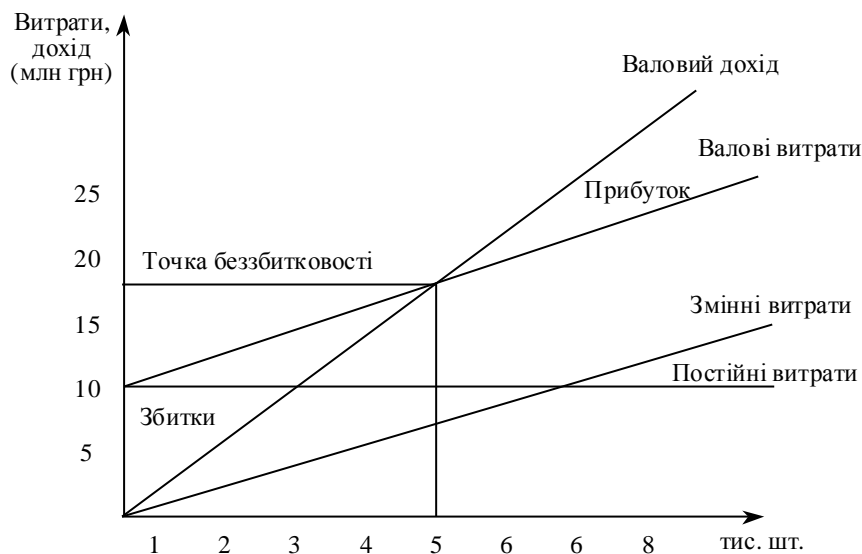


Рис. 1.3 . Визначення точки беззбитковості підприємства

Точку беззбитковості можна розрахувати і в грошових одиницях — гривнях:

$$O_{кр} = C_{пост} / (1 - V / Ц). \quad (1.3)$$

Логіку аналізу беззбитковості можна використати і для визначення обсягу виробництва та реалізації продукції, необхідного для отримання цільової величини прибутку. Вплив зміни виручки від реалізації продукції на зміну прибутку розраховують за формулою:

$$\Delta \text{Пр} = \Delta \text{РП} \frac{M}{\text{Пр}}, \quad (1.4)$$

де  $\Delta \text{Пр}$  — зміна (збільшення, зниження) прибутку;

$\Delta \text{РП}$  — зміна (збільшення, зниження) виручки від реалізації продукції;

$M$  — маржинальний прибуток (різниця між виручкою від продажу та змінних витрат на обсяг продукції), тис. грн.

Використовуючи маржинальний прибуток, можна обчислити показник «запас надійності», який розраховують за такою формулою:

$$Z_n = \frac{M - C_{пост}}{M}. \quad (1.5)$$

Коефіцієнт «запасу надійності» ( $Z_n$ ) кореспондується з показником «коефіцієнт беззбитковості» ( $K_б$ ), який визначають так:

$$K_б = \frac{C_{пост}}{M}. \quad (1.6)$$

Якщо  $K_б = 1$  — підприємство беззбиткове,  $Z_n = 0$ ;  $K_б > 1$  — підприємство збиткове,  $Z_n < 0$ ;  $K_б < 1$  — підприємство прибуткове,  $Z_n > 0$ .

Граничний обсяг нарощування виробництва продукції необхідно визначати для того, щоб запобігти збільшенню витрат та зменшенню прибутку на кожен додаткову одиницю продукції, що виробляється, і, як наслідок, зменшенню валового прибутку від реалізації більшого обсягу продукції. Це відбувається тоді, коли різниця між граничним доходом (MR) та граничними

витратами (МС) дорівнює нулю.  $MR - MC = 0$ . Нарощування обсягу виробництва продукції ефективно до  $O$  граничного. Далі збільшувати виробництво продукції підприємству не вигідно, тому що зменшується валовий прибуток.

### **Запитання та завдання для самоконтролю**

1. Яка мета та основні завдання функціонування підприємства на ринку?
2. Поясніть сутність головної цілі підприємства.
3. Які методи застосовують у процесі формування цільових характеристик підприємств на ринку?
4. Охарактеризуйте класифікацію цілей та вимоги до їх формування.
5. Які особливості формування дерева цілей підприємства?
6. Охарактеризуйте умови прибутковості підприємства, аналіз «витрати — обсяг — прибуток», його суть і застосування.
7. Які основні економічні межі обсягу діяльності підприємства?

## **1.3. Планування діяльності підприємства**

### **Питання для теоретичної підготовки**

1. Сутність планування та особливості його здійснення на підприємстві
2. Принципи планування та їх характеристики
3. Поняття стратегії підприємства. Розробка варіантів стратегії.

### **Ключові терміни і поняття**

*Планування діяльності*

*Планологія*

*Принципи планування*

*Методи планування*

*Стратегічне планування*

*Розробка стратегії*

### **1. Сутність планування та особливості його здійснення на підприємстві**

Планування є наукою, що охоплює сукупність систематизованих знань про закономірності формування й функціонування різних господарських систем. Планологію — науку про планування (методологію, моделі, принципи планування) — варто розглядати як складову економічної науки та її фундаментальної частини — економічної теорії.

Планування охоплює всі сфери не лише економіки, а й суспільного життя. Планування як економічну категорію заведено розглядати із загальноекономічної та управлінської позицій. Загальноекономічна позиція дає уявлення про планування як один з методів регулювання пропорцій суспільного виробництва.

З управлінської позиції планування розглядається як одна з функцій управління, як засіб узгодження учасників діяльності. Основна сутність планування полягає в цілепокладанні та обґрунтуванні способів досягнення цілей. За допомогою планування встановлюються параметри функціонування



економічної системи. Це відбувається завдяки дії з боку суб'єкта планування на об'єкт його впливу.

Загальний зміст планування як процесу людської діяльності полягає в проектуванні бажаного майбутнього стану. Уявлення такого образу, моделі майбутнього зазвичай формується на основі певної філософської концепції.

Зважаючи на те, що за допомогою планування не лише будується модель майбутнього стану, а й обґрунтовуються альтернативні комплекси заходів, спрямованих на її реалізацію, величезну роль у виборі альтернатив відіграє дотримання принципу раціональності.

У прийнятті економічних рішень перевагу віддають тим, які відповідають принципу економічної раціональності, тобто виходячи з порівняння вигід із затратами, що найчастіше зводиться до оцінювання ефективності використання ресурсів.

Планування притаманне загалом усім сферам життя суспільства. Однак особливо актуальним воно є для складних ієрархічно структурованих систем, що забезпечують різноманітну економічну діяльність.

Сучасне підприємство уявляється нині як надскладна відкрита соціально-технічна система, пов'язана специфічними відносинами з навколишнім середовищем.

Об'єктом планування є його діяльність, здійснення різновидів якої потребує цільової орієнтації, визначеної в часі та засобах досягнення цілей.

Цілі можна визначити як кінцеві економічні результати діяльності підприємства, які воно планує отримати в заздалегідь установлені терміни. У процесі уточнення завдань і досягнення цілей виникає низка проблем, розв'язання яких становить основний зміст управління підприємством.

Класична схема цього процесу є досить формалізованою. Послідовність можна подати у вигляді шести основних фаз.

Процес планування має циклічний характер, цикли чергуються безперервно. Цілепокладання не закінчується з початком процесу вирішення проблеми й не є його першою фазою.

## Послідовність планування

Фаза планування	Дії
Перша фаза	Постановка проблеми. Сутність її полягає у визначенні завдання, що вимагає вирішення (проблеми). Для цього порівнянням фактичного стану з бажаним виявляють проблему; аналізують причини, що її викликали; з'ясовують і визначають загальні цілі, що є значущими для постановки проблеми на рівні підприємства, а також деталізовані задачі та підзадачі для її розв'язання з урахуванням наявних обмежень
Друга фаза	Пошук альтернативних рішень. На цій фазі визначають можливі дії (альтернативи): підбирають варіанти можливих рішень; формують уявлення про вплив чинників за кожною з альтернатив і спільних для них усіх; вибирають ті альтернативи, що підлягають докладному вивченню
Третя фаза	Оцінювання. Тут оцінюють альтернативи за критерієм досяжності ними найважливіших цілей; оцінюють альтернативи в аспекті їхнього впливу на досягнення цілей за умов передбачуваності, а також за умов неоднозначних очікувань майбутньої ситуації в зовнішньому середовищі; моделюють наслідки реалізації альтернатив за умови зміни самих цілей та обмежень
Четверта фаза	Прийняття рішення. На цій фазі вибирають альтернативу, що підлягатиме реалізації: зіставляють і аналізують оцінені альтернативи, ураховують результати моделювання; вибирають для реалізації одну з альтернатив, що забезпечує досягнення мети найбільшою мірою
П'ята фаза	Реалізація. Для здійснення обраної альтернативи докладно розробляють план реалізації; в'їдають розпорядження про реалізацію, і вона розпочинається
Шоста фаза	Контроль. На цій фазі з'ясовують успіх реалізації: визначають результати виконання плану; порівнюють фактичні результати із запланованими; аналізують результати відхилення; у разі потреби приймають рішення про новий цикл розгляду проблеми.

Пошук і оцінювання альтернатив можуть розширити або звужити спектр цілей. Якщо в підприємства немає глобальних уявлень про цілі або вони не задані в попередніх процесах прийняття рішень, то може виникнути потреба в доповненні вказаного порядку фазою покладання цілей перед фазою 1.

Сучасне підприємство, функціонуючи як відкрита система, стає перед проблемою визначення впливу чинників зовнішнього середовища та адекватного впорядкування своєї діяльності. Кумулятивний ефект дії чинників проявляється передусім у таких аспектах:

- невизначеність ситуації;
- непередбачуваність поведінки учасників подій;
- динамічність і мінливість галузевої конкуренції.

Оскільки планування спирається на аналіз нинішньої ситуації та передбачування її розвитку в майбутньому, то така оцінка стану має бути максимально об'єктивною.

## 2. Принципи планування та їх характеристики

Зміст основних планувальних процедур загалом полягає в обробленні та передаванні різноманітної інформації, яка надає кількісні та якісні характеристики явищам і процесам, що відбуваються на підприємстві та зовні.

У планових розрахунках зазвичай оперують кількісними характеристиками, що зводяться в систематизовану певним чином сукупність показників.

Характеристики, що не мають кількісних значень, а лише дають якісні ознаки стану чи процесу, використовують у плануванні значно рідше — разом із показниками вони виконують завдання економічного діагностування.

Методичний апарат планування діяльності підприємства є надзвичайно багатим. Він у різноманітний запозиченнями та спільністю з інструментарієм інших споріднених науково-практичних галузей знань.

Проведення планових розрахунків супроводжується одночасним застосуванням багатьох різноманітних методів, які, поєднуючись, утворюють комплекси з певним призначенням і сферою використання. Такі комплекси зазвичай називають моделями планування. Вирізняють три основні різновиди таких моделей: описові, аналітичні та імітаційні.

Найпростіші та найпоширеніші в практиці — описові (дескриптивні) моделі. Вони містять невелику кількість елементів і ґрунтуються на простих математичних розрахунках показників, значення яких обчислюється як алгебраїчна сума (адитивна модель), як добуток (мультиплікативна), як відношення (кратна) або ж як поєднання зазначених способів (змішана).

Процеси як кількісні характеристики та взаємозв'язки мають бути жорстко детермінованими. Це накладає певні обмеження на сферу використання описових моделей.

Друга група — аналітичні (пояснювальні) моделі. Параметри таких моделей задані функціональною формою залежності як залежні та незалежні змінні величини. Аналітичні рівняння доповнюються системою обмежень, найчастіше ресурсних.

Особливість аналітичних моделей полягає в тому, що вони дають змогу уявити можливі наслідки подій через визначення очікуваних змінних за тих чи інших умов.

Аналітичні моделі з уведеною цільовою функцією перетворюються в моделі прийняття рішень, що дає змогу не лише передбачити можливі варіанти дій, а й вибрати з них оптимальний.

Третя група моделей — імітаційні — налаштовані на відтворення реальних ситуацій і дають змогу маніпулювати створеною моделлю з метою знайдення оптимального рішення через імітацію наслідків за всіма можливими варіантами дій. Вони унаочнюють механізм причинно-наслідкових зв'язків в економічних подіях на підприємстві, тому використовуються також як тренінгові засоби.

Система планування на підприємстві має формуватися й удосконалюватися з урахування таких основних принципів: єдність, цілеспрямованість, інтегрованість, цілісність, повнота, гнучкість, безперервність.

Принцип єдності означає, що планування мусить охоплювати всі сфери діяльності підприємства. Змістова поєднаність планів має бути узгоджена з організаційною структурою підприємства, оскільки елементами планування є окремі структурні підрозділи підприємства й окремі частини процесу планування.

Планування зазвичай має цільову орієнтацію, тому система планів підприємства має формуватися як своєрідна модель перевірки можливостей досягнення цілей. За допомогою звітів виявляють фактичний рівень виконання поставлених завдань.

Усі планові розрахунки мають бути також інтегрованими в певному часовому співвідношенні, незалежно від того, як саме розробляються ті чи інші плани: періодично, неперіодично чи разово. Найбільше ця риса притаманна періодичному плануванню, за якого планово-контрольні розрахунки побудовано у вигляді інформаційної системи, що має пірамідальну структуру й передає знизу вгору систематично агреговані показники від одного рівня управління до іншого.

Принцип гнучкості полягає в наданні системі властивості своєчасно й без особливих зусиль змінювати свої параметри у зв'язку з виникненням непередбачених

обставин. Внесення змін у плани, їх виправлення й уточнення за умов динамічного середовища може перетворюватись у безперервний процес коригування.

Безперервність означає необхідність дотримання неперервного планового періоду з урахуванням плинного горизонту планування, а також взаємоузгодженості довго-, середньо- й короткострокових планів.

Розгляд змісту планування з позицій аналізу стратегічних процесів висуває принцип участі (партисипативності) на головну роль у системі планування. Його дотримання означає, що кожен працівник підприємства є учасником планувального процесу.

Для створення й успішного функціонування системи планування на підприємстві має бути створено певні передумови організаційного, інформаційного й кадрового характеру.

Система планування потребує належного інформаційного забезпечення, а саме: розвиненої прогнозно-аналітичної системи з адекватною методичною базою, чіткої системи управлінського й фінансового обліку, ефективної системи електронного оброблення інформації та передавання даних.

Кадрове забезпечення дієвості системи полягає в здатності керівництва управляти підприємством, користуючись системою планування як складним інструментом, що вимагає глибоких знань, вмінь і навичок. Адекватною має бути й кваліфікація професіоналів та менеджерів — суб'єктів планування.

### **3. Поняття стратегії підприємства. Розробка варіантів стратегії.**

Сутнісне наповнення планування, його зміст і результативність залежать, як уже зазначалося, передусім від особливостей зовнішнього середовища. Таке сприйняття планування діяльності підприємства зосереджує увагу на тій його складовій, що безпосередньо пов'язана з оточенням, — стратегічному плануванні.

Загальна (генеральна) стратегія розвитку підприємства пов'язана з діяльністю підприємства в цілому, використанням всіх ресурсів і орієнтована на виконання його головної цілі.

Виробничі (допоміжні) види стратегій забезпечують реалізацію генеральної стратегії підприємства по окремим напрямкам його діяльності (маркетингова, фінансова, виробнича та ін.), видам діяльності (стратегія основної діяльності, пов'язана з реалізацією товарів і обслуговуванням покупців, стратегія неторгової діяльності – ремонтно-будівельної, транспортної, виробничої і т.д.) використанню окремих видів ресурсів (стратегія формування і використання трудових ресурсів, матеріально-технічної бази, фінансових ресурсів і т. д.)

Визначення «стратегії як результату» пов'язано з ототожненням мети та стратегії і зумовлено необхідністю встановлення конкретних орієнтирів для здійснення стратегічної діяльності. У цьому контексті розрізняють такі підходи.

Стратегія розглядається як зразок, до якого прагне наблизитись організація (підприємство).

Найчастіше за зразок беруть процвітаючу фірму, аналізують її позитивні сторони діяльності й намагаються скористатися її досвідом. З іншого боку, стратегію як мету управління можна визначити як ідеальну модель підприємства, в якій реалізується «бачення» його керівників і власників і яка побудована з використанням SWOT-аналізу.

У сучасній літературі можна також виокремити дві основних концепції стратегії — філософську та організаційно-управлінську.

Філософська концепція наголошує на загальному значенні стратегії для підприємства.

Стратегію можна розглядати як філософію, якою має керуватися організація, що її має. З цієї точки зору стратегія це:

- позиція, спосіб життя, що не дає зупинитися на досягнутому, а орієнтує на постійний розвиток;
- інтегральна частина менеджменту, що дозволяє усвідомити майбутнє;
- процес мислення, інтелектуальні вправи, які потребують спеціальної підготовки, навичок і процедур;
- відтворювана цінність, що дає змогу досягти найкращих результатів активізацією діяльності всього персоналу.

Стратегію можна визначити як шаблон логічної, послідовної поведінки, яка складається на підприємстві свідомо чи стихійно.

Стратегію можна визначити також як найважливіший елемент самовизначення підприємства чи організації. У такому контексті вона тісно пов'язана з характеристиками та особливостями організаційної культури, має, як правило, всі її переваги й недоліки, дає змогу більш ґрунтовно формулювати соціальні стратегії загалом і елементи соціальних напрямків у стратегіях іншого типу.

Організаційно-управлінська концепція стратегії пов'язана з конкурентними діями, заходами та методами здійснення стратегічної діяльності на підприємстві.

Стратегія — це специфічний управлінський план дій, спрямованих на досягнення встановлених цілей. Вона визначає, як організація функціонуватиме та розвиватиметься, а також яких підприємницьких, конкурентних і функціональних заходів і дій буде вжито для того, щоб організація досягла бажаного стану.

Стратегія — це визначення напрямку та масштабів діяльності організації в довгостроковій перспективі.

Вона ідеально визначає ресурси, які відповідають умовам середовища, що змінюється, особливо, ринкові, клієнтам, споживачам з метою задоволення очікувань власників підприємства .

Для логіки стратегічного управління особливо показовою є модель Г. Мінцеберга, яка складається із семи основних елементів .

По-перше, стратегія виникає на організаційному ґрунті, неначе «дикоросла рослина», а не утворюється в результаті цілеспрямованої діяльності. Для цього важливо підтримувати ініціативу й не поспішати з упровадженням формальних планових схем.

Перше місце посідає процес планування, а не план як документ. Планування як засіб структурування відкладається на завершальний етап.

По-друге, стратегічні ідеї можуть зароджуватися в різних місцях підприємства. Оскільки підсистеми підтримують багатоаспектний зв'язок із зовнішнім середовищем, то імпульсом для зародження нових ідей можуть

слугувати в одних випадках поява нових проблем, а в інших — виникнення нових можливостей.

Динамічним ядром розроблення стратегічного плану може стати кожен менеджер, працівник, керівник середньої ланки тощо.

По-третє, відбір рішень з наявних альтернатив відбувається селективним способом з використанням різноманітних форм структурування й систематизації. Цей процес докорінно відрізняється від класичної схеми видалення «дикорослих» стратегічних ідей.

По-четверте, процес «дозрівання» ідей може бути формально структурованим, але при цьому без надмірного дотримання усталених процедур. Підприємство виступає як організація, що самонавчається, яка здатна виявляти результати процесів ще в зародковому стані й вигідно їх використовувати.

По-п'яте, стратегічний процес не піддається періодизації, момент його зародження важко розрахувати завчасно. Часто це результат взаємодії із зовнішнім середовищем. Тому стратегічне мислення має не обмежуватися рамками свого підприємства.

По-шосте, роль менеджерів вищого рівня в цьому процесі зводиться до особливого роду діяльності — метауправління. Вони повинні відстежувати відповідність процесів генерування ідей та прийняття рішень стосовно встановлених правил.

По-сьоме, плановикам та їхньому робочому інструментарію також належить нова роль — модераторів процесу під час обговорень стратегічних ідей. Вони мають передавати свої знання та навички у володінні інструментарієм планування іншим працівникам. Сам інструментарій не втрачає своєї цінності, навпаки, його варто використовувати як процесуальний засіб.

Процесний підхід до планування, як свідчать результати емпіричних досліджень, створює сприятливу основу для зародження нових ідей, пошуку, розробок і культивуації методів. Дедалі менше уваги відводиться постановці цілей і окресленню відповідних заходів.



Чимало науковців і практиків дотримуються класичної моделі стратегічного управління та продовжують здійснювати спроби створення моделей, які дозволяли б підприємству розробляти та здійснювати ефективні плани, незважаючи на перешкоди з боку зовнішнього середовища та внутрішні завади.

### **Запитання та завдання для самоконтролю**

1. У чому полягає сутність планування як науки?
2. Яким є зміст планування в контексті основних філософських концепцій?
3. До яких первинних груп можна звести розмаїття цілей діяльності сучасного підприємства?
4. Як відбувається процес планування з погляду здійснення управлінських функцій на підприємстві?
5. Що зменшує ризикованість планових управлінських рішень за умов зменшення передбачуваності ситуацій?
6. Охарактеризуйте організаційно-економічні передумови обґрунтування стратегії

**РОЗДІЛ 2**  
**Планування обсягів діяльності**  
**підприємств**

## **2.1 Виробнича потужність підприємства**

### **Питання для теоретичної підготовки**

1. Поняття, види та чинники формування виробничої потужності
2. Принципи розрахунку виробничої потужності підприємства

### **Ключові терміни і поняття**

*Виробнича потужність*

*Одиниці виміру виробничої потужності*

*Проектна, поточна, резервна виробнича потужність*

*Вхідна, вихідна, середньорічна виробнича потужність*

*Методи розрахунку виробничої потужності*

### **1. Поняття, види та чинники формування виробничої потужності**

Виробнича потужність – максимально можливий річний обсяг випуску продукції (надання послуг, виконання робіт), визначеної номенклатури, асортименту та якості за умови найбільш повного використання прогресивної технології та організації виробництва.

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. Якщо підприємство випускає кілька видів різної продукції, то виробнича потужність визначається окремо для кожного виду виробів.

Одиниці виміру виробничої потужності підприємств застосовують різні залежно від характеру виробництва та галузевої підпорядкованості. Виробнича потужність визначається в тих самих одиницях виміру, в яких планується та здійснюється облік продукції, що виготовляється (послуг, що надаються).

В основному виробничу потужність вимірюють в натуральних або умовно натуральних вимірниках за видами продукції (послуг).

Виокремлює три види потужності підприємства:

1. проектна
2. поточна (фактично досягнута)
3. резервна.

Проектна виробнича потужність – це потужність підприємства, яка визначається в процесі проектування, реконструкції (розширення) діючого або будівництва нового підприємства.

Поточна (фактично досягнута) виробнича потужність - це потужність підприємства, яка визначається періодично у зв'язку зі зміною умов виробництва (номенклатури і структури трудомісткості продукції) або перевищенням проектних показників.

Резервна виробнича потужність - це виробнича потужність, що формується на підприємстві для забезпечення продукцією комунальних підприємств у часи пікового попиту, надійного забезпечення енергоресурсами споживачів на період виконання аварійних робіт.

Виробнича потужність підприємства встановлюється на основі потужності провідних підрозділів основного виробництва з урахуванням заходів для ліквідації вузьких місць.

За наявності кількох провідних підрозділів підприємства виробнича його потужність обчислюється за тими з них, які виконують найбільш трудомісткий обсяг робіт.

Величина виробничої потужності підприємства формується під впливом:

- номенклатури, - асортименту,
- якості продукції, що виготовляється,
- кількості встановленого устаткування,
- розміру і складу виробничих площ,
- можливого фонду часу роботи устаткування та використання площ протягом року,

- прогресивних техніко-економічних норм продуктивності й використання устаткування, зняття продукції з виробничих площ,

- нормативів тривалості виробничого циклу та трудомісткості продукції, що виробляється (послуг, що надаються).

На підприємстві обчислюють:

- вхідну (на початок року) виробничу потужність,
- вихідну (на кінець року) виробничу потужність,
- середньорічну потужність підприємства.

Виробничу потужність підприємства обчислюють за відповідними галузевими основними положеннями, що відображають особливості конкретних галузей. Проте існують спільні для більшості галузей економіки методичні принципи розрахунку виробничих потужностей діючих підприємств.

Виробнича потужність підприємства розраховується за формулами:

- виробнича потужність підприємства на початок року ( $ВП_{п.р.}$ )

$$ВП_{п.р.} = ВП_{к.п.р.} \quad (2.1)$$

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

- виробнича потужність підприємства на кінець року ( $ВП_{к.р.}$ )

$$ВП_{к.р.} = ВП_{п.р.} + \sum ВП_{н.} - \sum ВП_{в.}, \quad (2.2)$$

де  $ВП_{п.р.}$  – виробнича потужність підприємства на початок року;

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

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

- середньорічна виробнича потужність підприємства ( $ВП_{ср.}$ )

$$ВП_{ср.} = ВП_{п.р.} + \sum ВП_{н.} * N/12 - \sum ВП_{в.} * (12-N) / 12 \quad (2.3)$$

де  $N$  – кількість місяців функціонування виробничої потужності на рік.

## 2. Принципи розрахунку виробничої потужності підприємства

Виробнича потужності підприємства обчислюється за відповідними галузевими основними положеннями, що відображають особливості конкретних галузей. Але існують загальні методичні принципи розрахунку виробничої потужності підприємства:

- виробнича потужність підприємства визначається за всією номенклатурою продукції або за асортиментом послуг;
- виробнича потужність підприємства встановлюється, виходячи з потужності провідних підрозділів;
- виробничу потужність підприємства треба обчислювати за технічними або проектними нормами продуктивності устаткування при максимально можливому річному фонді часу;
- визначення виробничої потужності підприємства завершується складанням балансу, що відбиває зміни її величини протягом розрахункового періоду і характеризує вихідну потужність.

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.

У розрахунки виробничої потужності підприємства включають:

- чинне і нечинне внаслідок несправності, ремонту та модернізації устаткування основних виробничих цехів;
- устаткування, що перебуває на складі і має бути введено в експлуатацію в основних цехах протягом розрахункового періоду;
- понаднормативне резервне устаткування;
- понаднормативне устаткування допоміжних цехів, якщо воно аналогічне технологічному устаткуванню основних цехів.

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 за мінусом часу, необхідного для проведення ремонтів і технологічних зупинок устаткування.

Визначення виробничої потужності підприємства завершується складанням балансу, що відбиває зміни її величини протягом розрахункового періоду і характеризує вихідну потужність.

Використання виробничої потужності. У практиці господарювання рівень використання виробничої потужності діючого підприємства визначається двома показниками:

- коефіцієнтом освоєння проектної потужності (співвідношення величин поточної і проектної потужності);

- коефіцієнтом використання поточної потужності (співвідношенням річного випуску продукції та середньорічної її величини).

Для докорінного поліпшення рівня використання наявних потужностей для переважної більшості підприємств потрібно якомога швидше стабілізувати й поступово нарощувати обсяги виробництва конкурентоспроможної продукції та послуг.

### **Запитання та завдання для самоконтролю**

1. Поясніть сутність виробничої потужності підприємства
2. Які теоретичні засади визначення виробничої потужності підприємства?
3. Назвіть види виробничої потужності підприємства?
4. За якими принципами розраховується виробнича потужність підприємства?
5. Які особливості структури підприємства необхідно враховувати при визначенні виробничої потужності підприємства?
6. Визначіть фактори, що впливають на ефективність використання виробничої потужності підприємства?

## 2.2 Планування виробничої діяльності підприємства

### Питання для теоретичної підготовки

1. Поняття виробничої програми підприємства
2. Методи розробки виробничої програми

### Ключові терміни і поняття

*Виробнича програма*

*Методи вимірювання виробничої програми*

*Показники виробничої програми*

*Інформаційне забезпечення виробничої програми*

*Оперативне виробниче планування обсягів виробництва*

### 1. Поняття виробничої програми підприємства

Стратегія та цілі підприємства, заплановані на конкретний період, є основою розроблення стратегічного плану, в якому визначається стратегічне становище підприємства на основі аналізу конкурентного зовнішнього середовища та внутрішніх особливостей підприємства. Найскладніший напрям діяльності підприємства — виробнича діяльність, її організація, планування й оперативне регулювання в просторі та часі.

У процесі планування діяльності підприємств найважливішим є розробка виробничої програми, тобто обґрунтування обсягу виготовлення продукції, конкретної номенклатури й асортименту відповідно до потреб ринку.

Планування виробництва продукції на підприємствах — це процес розробки та виконання основних показників з обсягів виробництва. Номенклатуру, асортимент і кількісні показники продукції визначають виходячи з потреб ринку, на підставі яких складають план збуту продукції.

У поточному плані виробництва програма також 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.

Виробнича програма з номенклатури й обсягу випуску має забезпечувати повне завантаження всіх робочих місць і персоналу.

Виробнича програма – це завдання щодо обсягу виробництва продукції (послуг) визначеної номенклатури та асортименту, а також належної якості на певний календарний період. (місяць, квартал, рік, кілька років).

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

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

Продукція, яка виготовляється на підприємствах, відтворюється в натуральній і вартісній формах.

Натуральними показниками виробничої програми є обсяг продукції (послуг) в натуральних одиницях по номенклатурі і асортименту.

Натуральними показниками є

- фізичні
- умовно-натуральні
- нормативно-трудові

Умовно-натуральним вимірниками застосовуються в деяких галузях комунального господарства. Пральні – виробнича програма визначається не тільки загальною вагою сухої білизни, а і в прведених тобто умовних тонах, що враховують різні витрати праці на обробку масової та індивідуальної білизни. Для обчислення в умовно-натуральних одиницях використовують відповідні коефіцієнти приведення.

Нормативно-трудові вимірники застосовують у комунальному господарстві для визначення обсягу виробничо-експлуатаційної роботи у нормативних людино-годинах.

Нормативно-трудо́ві показники застосовують у тих випадках, коли перелік робіт, що виконуються, великий, а самі види робіт, як правило, неодноразово повторюються за розрахунковий період на одних і тих же територіях.

Вартісними показниками виробничої програми є обсяг товарної, валової, реалізованої, чистої, вартість роботи або послуги.

Товарна продукція – готова продукція, послуги, ремонтні роботи, капітальний ремонт свого підприємства, напівфабрикати і запчастини на сторону, капітальне будівництво для непромислових господарств свого підприємства, роботи, пов'язані з освоєнням нової техніки, тара, що не входить в ціну виробу.

Товарна продукція підприємства охоплює:

- готові вироби;
- запасні частини для продажу;
- напівфабрикати виробництва підприємства;
- частину продукції допоміжних підрозділів, яка реалізується іншим споживачам;
- інші роботи й послуги виробничого характеру.

Товарну продукцію планують у діючих і незмінних цінах. Обсяг товарної продукції (ТП) визначають за формулою:

$$ТП = \sum N_i * Ц_i + P, \quad (2.4)$$

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

$Ц_i$  – ціна підприємства на одиницю виробу  $i$ -го виду;

$n$  – кількість видів продукції, що виготовляються на підприємстві;

$P$  – вартість робіт і послуг на сторону.

Валова продукція – вся продукція у вартісному виразі, незалежно від ступеня її готовності.

Валова продукція охоплює товарну продукцію, зміну залишків незавершеного виробництва протягом розрахункового періоду, вартість сировини й матеріалів замовника та деякі інші елементи залежно від галузевих особливостей виробничої діяльності підприємства. Валова продукція визначається за формулою:

$$ВП = ТП - (НЗВ_{п} - НЗВ_{к}) - (I_{п} - I_{к}), \quad (2.5)$$

де  $НЗВ_{п}$ ,  $НЗВ_{к}$  – вартість залишків незавершеного виробництва відповідно на початок і кінець планового періоду;

$I_{п}$ ,  $I_{к}$  – вартість інструменту для власних потреб відповідно на початок і кінець планового періоду.

Реалізована продукція – це продукція, за яку надійшли кошти на розрахунковий рахунок підприємства або мають надійти у зазначений термін.

Реалізована продукція обчислюється за формулою:

$$РП = ТП + (Г_{п} - Г_{к}) + (В_{нп} - В_{нк}), \quad (2.6)$$

де  $Г_{п}$ ,  $Г_{к}$  – залишки нереалізованої продукції відповідно на початок і кінець планового року;

$В_{нп}$ ,  $В_{нк}$  – залишки продукції, за яку термін оплати не настав і продукція на відповідальному зберіганні у покупців відповідно на початок і на кінець планового року.

Чиста продукція – вартість товарної продукції, з якої виключено матеріальні витрати і сума амортизаційних відрахувань.

Чиста продукція відповідно розраховується за формулою:

$$ЧП = ТП - (М + А) \quad (2.7)$$

де  $М$  – матеріальні витрати на виробництво продукції;

$А$  – сума амортизаційних відрахувань за відповідний період.

Чиста продукція підприємства може бути також обчислена як сума основної і додаткової заробітної плати працівників підприємства і прибутку.

Кожна галузь міського господарства має свій перелік показників виробничої програми. Крім того, виробнича програма обчислюється на рік, за кварталами (з відображенням сезонної нерівномірності споживання послуг) і на короткі періоду часу – місяць, декада, для окремих виробничих підрозділів.

## 2. Методи розробки виробничої програми.

Плануючи виробничу програму, використовують як теоретичні положення, так і практичні матеріали, що їх наведено нижче:

- стратегічний і перспективний плани виробництва продукції та послуг;
- прогноз потреби в продукції підприємства, який складається на основі досліджень змін ринкових елементів у часі, тобто попиту, пропозиції, цін, кількості конкурентів тощо;
- державний контракт і державне замовлення на продукцію підприємства;
- результати вивчення поточного попиту на продукцію;
- договори на виробництво й поставку продукції, які укладають у результаті вільного продажу виробів на оптових ярмарках;
- заходи щодо спеціалізації та кооперування виробництва;
- заходи щодо збільшення виробничих потужностей підприємства;
- дані про залишки нереалізованої продукції в попередньому періоді.

Виробнича програма (план виробництва продукції) є визначальним розділом господарської діяльності та розвитку підприємства.

Особливості розроблення виробничої програми як етапу стратегічного та довгострокового планів виходять із того, що стратегічний і довгостроковий плани спрямовані на досягнення якісно нових цілей, пов'язаних з докорінними змінами стану підприємства, як з погляду видів та якості продукції, так і з точки зору технічних і технологічних змін процесу виробництва.

Виробничу програму розробляють на основі прогнозів потреби в певній продукції, при цьому накреслюють стратегію збільшення виробництва окремої продукції, з урахуванням змін її техніко-економічних показників, технології процесу виробництва й попиту на неї.

Складаючи стратегічний і довгостроковий плани виробництва продукції, використовують прогнози, які можуть бути розраховані різними методами, у тому числі і складанням сценаріїв та ситуацій, можливих у певний період довгострокового плану.

Розроблена виробнича програма таких планів є основою для подальших розрахунків програми дій, необхідних для досягнення поставлених цілей, визначення вартісної оцінки програми, розподілу матеріальних, трудових і фінансових ресурсів тощо. У процесі виконання довгострокової програми план виробництва тієї чи іншої продукції може збільшуватись або зменшуватись, тимчасом як виробнича програма поточного плану на рік, квартал, місяць не змінюється, а якщо й бувають зміни кількості окремих виробів під впливом попиту, то вони незначні.

Виробнича програма має формуватися з урахуванням ресурсів підприємства. Оптимальною виробничою програмою є така, що відповідає структурі ресурсів підприємства та забезпечує найкращі результати його діяльності за прийнятим критерієм.

Виробничу програму підприємства можна розраховувати двома методами:

- балансовим
- оптимізаційним

Балансовий метод передбачає узгодження розрахунків споживання і виробничих можливостей підприємства.

Алгоритм складання виробничої програми наступний:

1. визначається величина попиту на продукцію (для комунальних підприємств – за допомогою норм і нормативів споживання комунальної продукції)
2. оцінюється виробнича можливість реалізації продукції з урахуванням існуючої виробничої потужності, руху основних фондів, покращення якості обслуговування тощо;
3. порівнюються дві отримані розрахункові величини і встановлюється кінцева величина виробничої програми.

Оптимізаційний метод передбачає розрахунок обсягу виробництва, якому відповідає отримання найбільш можливого прибутку.

Використання цього методу вимагає врахування ряду припущень:

- метою діяльності підприємства є максимізація прибутку;
- підприємство виробляє і реалізує один вид продукції;

- оптимізації підлягають тільки ціна та обсяг продукції;
- обсяг виробництва дорівнює обсягу реалізації.

Оптимізація виробничої програми провадиться з метою:

- планування оптимальної структури номенклатурних позицій, тобто більш економічно вигідного формування виробничої програми: скільки та яких виробів треба виготовити в плановому періоді за раціонального й повного використання виробничих потужностей, трудових і матеріальних ресурсів;

- визначення максимально можливого обсягу продукції та економічної межі нарощування її виробництва, при цьому враховують закон спадної продуктивності ресурсу.

### **Запитання та завдання для самоконтролю**

1. Дайте розширену характеристику поняття виробничої програми
2. Які фактори впливають на формування виробничої програми?
3. Охарактеризуйте поняття номенклатури й асортименту продукції
4. Дайте визначення вартісних показників обсягу виробництва: товарної, валової та чистої продукції.
5. Проведіть порівняльний аналіз методів розрахунку виробничої програми
6. Поясніть причини необхідності оптимізації виробничої програми

## **РОЗДІЛ 3**

### **Ресурсне забезпечення підприємства**

## 3.1 Ресурсний потенціал підприємства

### Питання для теоретичної підготовки

1. Поняття економічних ресурсів та ресурсного потенціалу підприємства
2. Ефективність використання ресурсного потенціалу

### Ключові терміни і поняття

*Економічні ресурси*

*Ресурсний потенціал підприємства*

*Складові частини ресурсного потенціалу*

*Оптимізація структури ресурсного потенціалу*

*Трудовий потенціал*

*Показники рентабельності та ресурсовіддачі*

### 1. Поняття економічних ресурсів та ресурсного потенціалу підприємства

Поняття "фактор виробництва" походить від латинського "factor" , але земля і засоби виробництва самі не мають фізичної продуктивності. Продукуючою силою є лише праця, в тому числі підприємницька, тому землю, засоби виробництва, науку, інформацію та інші речові (матеріальні) фактори доцільно називати ресурсами.

Ресурси від франц. ressource - цінність, запас, джерело засобів.

З урахуванням особливостей фактора, що об'єднує працю і підприємницьку діяльність, які перебувають у статиці (тобто робоча сила, яка не функціонує), останні можна віднести до поняття "факторів виробництва".

Економічні ресурси - всі речові чинники виробництва, які використовують для виготовлення товарів і послуг.

В природі є обмеженість людських ресурсів і засобів виробництва, що зумовлена сутністю (природою) економічної системи. Це свідчить також про значну недосконалість визначення економічної теорії як науки, що вивчає спосіб використання обмежених ресурсів.



Обмеженість із значною умовністю стосується безмежних потреб людини. У цьому разі вживається поняття "відносна обмеженість ресурсів", або рідкість. Водночас справді обмежені лише окремі види природних ресурсів (нафта, газ та ін.). Така обмеженість є абсолютною.

Для вивчення економічних ресурсів вживають різні критерії кваліфікації:

- особистісний фактор
- речовий фактор
- відтворювані фактори
- невідтворювані фактори

До відтворюваних належать ті, що створюються і відновлюються природою (грунт, водні басейни тощо) та суспільством (засоби виробництва, наука, інформація), до невідтворюваних - корисні копалини, які використовуються як сировина. Водночас існують фактори, які спільно відновлюються у процесі взаємодії людини з природою (наприклад, трудові ресурси).

Ще одним варіантом класифікації ресурсів є їх поділ на:

- природні ресурси,
- трудові ресурси,
- інвестиційні (грошові) ресурси,
- наукові ресурси,
- інформаційні ресурси.

З урахуванням такого поділу обмеженість, наприклад інвестиційних ресурсів, також є умовною. Якщо інвестиційні ресурси вкладають в економіку іншої країни з метою отримання максимальних прибутків або завоювання ринків збуту тощо, вони перетворюються на грошовий капітал, а цей процес називається вивезенням (експортом) капіталу.

Кожний з названих ресурсів можна уявити у вигляді ресурсного ринку, який складається із декількох конкретніших ринків. На рівні підприємства визначається ресурсний потенціал підприємства.

Ресурсний потенціал це:

- одна з характеристик суспільного виробництва, а саме сукупність не тільки потенційних можливостей, й спроможність підприємства здійснювати процеси виробництва, розподілу, відтворення товарів та послуг;

- сукупність первинних ресурсів та методів їх об'єднання для утворення нових видів ресурсів або більшої вартості;

- сукупність накопичених ресурсів господарюючого суб'єкта, що характеризують можливість системи щодо здійснення цілеспрямованої діяльності з урахуванням впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

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

Економічні можливості підприємства не можуть визначатися тільки наявністю перелічених ресурсів, на підприємстві обов'язково мають бути кадри робітників, які здатні привести до дії ресурси, забезпечити їх ефективне використання.

Ресурсний потенціал підприємства характеризується чотирма основними критеріями:

- реальними можливостями підприємства в той чи іншій сфері діяльності (включаючи і нереалізовані можливості);

- обсягом ресурсів як залучених, так і тільки підготовлених до використання у виробництві;

- здатністю кадрів (менеджерів) використовувати ресурси, вміння розпоряджатися ресурсами підприємства;

- формою підприємництва та відповідною організаційною структурою підприємництва.

### Склад ресурсного потенціалу.

Види ресурсів	Характеристика видів ресурсів
Матеріальні ресурси	Ресурси в натурально-речовинній формі, які використовуються у виробничій (господарчій) діяльності підприємства. До їх складу входять основні фонди та частка об'єжних фондів
Основні фонди	Матеріально-речовинні цінності підприємства, які використовуються або призначені як засоби праці
Нематеріальні ресурси	Об'єкти промислової та інтелектуальної власності, здатні приносити користь тривалий час: гудвил, ноу-хау, база знань, база даних, патент, винахід та ін.
Трудові ресурси	Кількість робітників, зайнятих на підприємстві, та тих, хто входить до його складу за основною та допоміжною діяльністю.
Фінансові ресурси	Сукупність грошових прибутків та надходжень, які знаходяться в розпорядженні підприємства для виконання фінансових обов'язків, здійснення витрат на відтворення підприємства та для стимулювання робітників

За класичною економічною теорією засобами праці є "річ або комплекс речей", які людина поміщає між собою та предметом праці для впливу на предмет праці та створювання умов для виробничої діяльності.

До основних фондів відносять будівлі, технічні споруди, обладнання, транспортні засоби та ін.

Не всі матеріальні цінності відносяться до основних фондів, а тільки ті, термін служби яких більше 1 року й вартість в Україні більше 1000 грн. за одиницю. Інші відрізняючи ознаки: основні фонди фізично зношуються, морально старіють, втрачаючи свою споживацьку вартість у зв'язку з появою нових, більш досконаліх, або меншої вартості видів обладнання, машин та ін.

Особливий характер поповнення зносу, а саме — через механізм регулярної амортизації та віднесення суми амортизаційних відрахувань на поточні витрати підприємства та включення їх в собівартість продукції (робіт, послуг).

Частина обіоборотних фондів входить до складу матеріальних ресурсів. Це є малоцінні та швидкопсувні предмети, пакувальний матеріал, паливо, електроенергія, технологічні та ін.

Фінансові ресурси як вихідний вид ресурсів для створення та діяльності підприємства, забезпечують процес виробництва, є неодмінною умовою безупинності процесу виробництва .

В теперішній час, маючи достатню наявність на підприємстві основних фондів та кадрів, підприємства іноді не здатні працювати, тому що не мають необхідної суми готівкових грошових коштів (фінансових ресурсів).

## **2. Ефективність використання ресурсного потенціалу.**

Загальним для всіх видів ресурсів є питання про ефективність їх використання. Встановлено певного методичного підходу в оцінці ефективності використання ресурсів.

Головне полягає в тому, що для оцінки ефективності того чи іншого виду ресурсів корисний результат діяльності підприємства порівнюється з витратами на отримання цього корисного результату.

Корисний результат від діяльності підприємства та одночасно від використання ресурсів називають ефектом. Основними двома показниками господарчої діяльності, які називають ефектом, є: перший — обсяг виручки від реалізації (товарообіг), другий — прибуток (доход).

Порівняння цих показників із розміром ресурсів, які використовуються, дає показник ефективність використання ресурсів.

Таким чином, ефект — це корисний результат діяльності підприємства.

Якщо йдеться про матеріальні ресурси, то витрати — це середня вартість матеріальних витрат за період, який досліджується; якщо йдеться про трудові ресурси, то витрати — це фонд оплати праці та ін.

Види ефекту:

- економічний ефект
- соціальний ефект.

Показниками економічного ефекту підприємства можуть бути товарообіг, валовий доход, прибуток, прискорення оборотності обіжних коштів.

Соціальний ефект підприємства — це ті результати діяльності, які безпосередньо забезпечують формування необхідного стилю (способу) життя.

Для визначення ефективності економічних ресурсів використовують поняття «економічна ефективність».

Економічна ефективність становить собою порівняння економічного ефекту з витратами на його отримання. При цьому можуть бути використаними два види показників:

1. Прямий показник економічної ефективності – співвідношення результату діяльності та витрат
2. Зворотній показник економічної ефективності – співвідношення витрат та результату діяльності

Прямі показники характеризують величину економічного ефекту, отриманого на одиницю витрат, тобто віддачу витрат (фондовіддача, ресурсовіддача та ін.).

Другий вид показників відображає величину витрат, необхідних для отримання одиниці економічного ефекту, тобто витратомісткість (фондомісткість товарообігу, фондомісткість продукції, що виробляється, ресурсомісткість та ін.)

Показники ефективності використання ресурсного потенціалу в цілому та його окремих складових частин широко використовуються для оцінки ефективності функціонування будь-якого підприємства, ефективності його господарчої діяльності, ефективності комерційної діяльності та ін.

Показниками ефективності використання ресурсів підприємства також виступають:

- ресурсовіддача усіх ресурсів,
- ресурсовіддача господарчих ресурсів,
- рентабельність усіх ресурсів.

Ресурсовіддача всіх видів ресурсів ( $P_{вр}$ ) розраховується за формулою:

$$P_{вр} = Д / (ОФ_{ср} + ОбК_{ср} + ФОП), \quad (3.1)$$

де Д – доход підприємства;

ОФ<sub>ср</sub> – середньорічна вартість основних фондів;

ОбК<sub>ср</sub> – середня величина оборотних коштів за рік;

ФОП – фонд оплати праці.

Ресурсовіддача господарчих ресурсів ( $P_{вг}$ ) розраховується за формулою:

$$P_{вг} = Д / (ОФ_{ср} + ОбК_{ср}), \quad (3.2)$$

Рентабельність усіх ресурсів ( $P_p$ ) розраховується за формулою:

$$P_p = \Pi / (ОФ_{ср} + ОбК_{ср} + ФОП), \quad (3.3)$$

де  $\Pi$  – прибуток підприємства.

Важливу роль на підприємстві відіграє суттєва частина ресурсного потенціалу – трудовий потенціал. На відміну від трудових ресурсів трудовий потенціал – це конкретні працівники, ступінь можливого використання яких у виробництві залежить від якості управління.

Процес перетворення трудових ресурсів організації в робочу силу складається з таких стадій.

1. трудові ресурси існують у вигляді потенційної робочої сили (деякої безлічі працездатних працівників, що володіють сукупністю фізичних і духовних здібностей), що поза трудовим процесом, тобто поза предметами і знаряддями праці не виявляється.

2. трудові ресурси займають робочі місця. Починається процес витрати фізичних і розумових здібностей, і трудові ресурси стають робочою силою,

3. робоча сила, витрачаючись у часі і реалізуючись у трудовому процесі, створює споживні вартості.

З моменту припинення трудової діяльності через вивільнення робоча сила знову стає трудовими ресурсами підприємства (якщо залишається на ньому) чи регіону (вивільняючись з нього).

Відмінність поняття «трудовий потенціал» від понять «робоча сила» і «трудові ресурси» полягає в тому, що трудовий потенціал - це персоніфікована робоча сила, розглянута в сукупності своїх якісних характеристик.

У загальній структурі трудового потенціалу підприємства залежно від критерію аналізу можна виокремити його видові прояви.

## Види трудового потенціалу

Ознаки	Види
За рівнем агрегованості оцінок	<p>1. Трудовий потенціал працівника – це індивідуальні інтелектуальні, психологічні, фізіологічні, освітньо-кваліфікаційні та інші можливості особистості, які використовуються чи можуть бути використані для трудової діяльності.</p> <p>2. Груповий (бригадний) трудовий потенціал крім трудового потенціалу окремих працівників включає додаткові можливості їх колективної діяльності на основі сумісності психофізіологічних і кваліфікаційно-професійних особливостей колективу.</p> <p>3. Трудовий потенціал підприємства (організації) – це сукупні можливості працівників підприємства активно чи пасивно брати участь у виробничому процесі в рамках конкретної організаційної структури виходячи з матеріально-технічних, технологічних та інших параметрів.</p>
За спектром охоплення можливостей	<p>1. Індивідуальний трудовий потенціал враховує індивідуальні можливості працівника.</p> <p>2. Колективний (груповий) трудовий потенціал враховує не тільки індивідуальні можливості членів колективу, а й можливості їхньої співпраці для досягнення суспільних цільових орієнтирів.</p>
За характером участі у виробничо-господарському процесі	<p>1. Потенціал технологічного персоналу – це сукупні можливості працівників підприємства, задіяних у профільному та суміжних виробничо-господарських процесах для виробництва продукції (роботи, послуг) встановленої якості та визначеної кількості, а також працівників, виконуючих технічні функції апарату управління.</p> <p>2. Управлінський потенціал – це можливості окремих категорій персоналу підприємства щодо ефективної організації та управління виробничо-комерційними процесами підприємства (організації).</p>
За місцем у соціально-економічній системі підприємства:	<p>1. Структуро-формулюючий трудовий потенціал – це можливості частини працівників підприємства щодо раціональної та вискоефективної організації виробничих процесів і побудови найбільш гнучкої, чіткої, простої структури організації.</p> <p>2. Підприємницький трудовий потенціал— це наявність та розвиток підприємницьких здібностей певної частини працівників як передумови для досягнення економічного успіху за рахунок формування ініціативної й інноваційної моделі діяльності.</p> <p>3. Продуктивний трудовий потенціал – це можливості працівника підприємства генерувати економічні й неекономічні результати виходячи з існуючих умов діяльності у рамках певної організації.</p>

Традиційно використовують чотири типи одиниць виміру розміру трудового потенціалу підприємства :

- часові,
- натуральні,
- вартісні,
- умовні.

Часові одиниці виміру базуються на використанні часових проміжків для характеристики рівня трудового потенціалу працівника чи підприємства. Часова оцінка трудового потенціалу працівника може свідчити, скільки часу йому потрібно на виконання звичайних професійних обов'язків (функцій) та вирішення екстраординарних завдань у рамках конкретної організації виходячи з наявних умов.

Натуральні одиниці виміру (кількість виробів, обсяг виконаних робіт, чисельність обслужених клієнтів тощо) визначають трудовий потенціал на основі кількості генерованих і передбачуваних матеріальних економічних благ. Як приклад можна навести кількість виробів, які може виготовити працівник на своєму робочому місці (враховуючи його можливий професійний розвиток).

Вартісний вимір трудового потенціалу дає змогу інтегрувати на цій основі всі фінансові витрати та результати від діяльності підприємства (організації), але разом з цим передбачає врахування спектра обмежень. Найбільшими проблемами під час використання вартісних оцінок трудового потенціалу є уникнення зміни вартості грошей у часі, а також адекватний вираз вартості не фінансових складових.

Умовні одиниці виміру трудового потенціалу по своїй суті відображають суб'єктивні судження щодо природи та чинників, що визначають розмір трудового потенціалу. До них відносять різноманітні синтетичні коефіцієнти, рейтинги, бальні оцінки тощо.

### **Запитання та завдання для самоконтролю**

1. Охарактеризуйте основні види ресурсів підприємства
2. Розкрийте сутність поняття «ресурсний потенціал підприємства».
3. Назвіть умови, що забезпечують формування ресурсного потенціалу підприємства
4. У чому полягає сутність формування основних критеріїв ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства?
5. Які є типи показників ефективності використання ресурсів підприємства?
6. Яке практичне значення класифікації трудового потенціалу?



## **3.2 Матеріально-технічне забезпечення підприємства**

### **Питання для теоретичної підготовки**

1. Суть та завдання матеріально-технічного забезпечення підприємства
2. Організація постачання матеріальних ресурсів
3. Планування потреби підприємства в матеріальних ресурсах

### **Ключові терміни і поняття**

*Матеріально-технічне забезпечення*

*Матеріально-технічне постачання*

*Матеріальні ресурси*

*Потреба в матеріальних ресурсах*

*Постачання ресурсів*

*Логістика поставок*

*Ресурсозбереження*

### **1. Суть та завдання матеріально-технічного забезпечення підприємства**

На ефективність діяльності підприємства поряд з виробничими, збутовими, маркетинговими та іншими процесами надзвичайно великий вплив справляє матеріально-технічне забезпечення підприємства.

Матеріально-технічне постачання має своїм завданням пошук найкращої відповіді на пропозицію ринку за мінімальних витрат. Воно покликане не лише забезпечити досягнення певної мети, а й знайти найбільш економічні варіанти.

Матеріально-технічне забезпечення — це вид комерційної діяльності щодо забезпечення матеріально-технічними ресурсами процесу виробництва, здійснюваної, як правило, до початку виробництва.

Основною мета матеріально-технічного забезпечення є доведення матеріальних ресурсів до конкретних виробничих підприємств — у заздалегідь визначене договором місце споживання.

Матеріально-технічне забезпечення на підприємстві виконує функції, пов'язані із закупівлею сировини, матеріалів, палива, енергії та обладнання, їх зберіганням та розподілом. Обсяг завдань матеріально-технічного забезпечення поділяють на дві основні групи:

- матеріальне забезпечення виробничого процесу наданням необхідних товарів та послуг у потрібній кількості та належної якості, з додержанням вимог щодо часу та місця;

- закупівля, складування та розподіл товарів, необхідних для економічної діяльності.

Для ефективнішого вирішення цих завдань функції щодо закупівлі сировини й матеріалів та управління матеріальними запасами мають виконуватися безперебійно за чіткої внутрішньої взаємодії підрозділів підприємства, що забезпечується системою планування.

Функції матеріально-технічного забезпечення класифікують на основні й допоміжні.

#### Функції матеріально-технічного забезпечення

Основні функції	Допоміжні функції
<ul style="list-style-type: none"> <li>- визначення потреби в матеріальних ресурсах (сировині, матеріалах, паливі, енергії, обладнанні);</li> <li>- закупівля матеріальних ресурсів;</li> <li>- оренду матеріальних ресурсів, що супроводжується зміною форми власності;</li> <li>- доставка матеріальних ресурсів;</li> <li>- складування матеріальних ресурсів;</li> <li>- розподіл матеріальних ресурсів;</li> <li>- доведення матеріальних ресурсів необхідної кількості та якості до робочих місць;</li> <li>- визначення потреби заводу в матеріальних ресурсах для виконання різнотермінових інноваційних планів;</li> <li>- укладання договорів з постачальниками, складання специфікацій;</li> <li>- контроль графіків постачання й виконання договірних обов'язків;</li> <li>- організація оперативного обліку руху матеріалів, централізованої доставки матеріалів у цехи й на ділянки;</li> <li>- аналіз витрат і рівня використання матеріалів, реалізацію відходів тощо.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- маркетингові функції комерційного характеру охоплюють питання визначення й вибору конкретних постачальників матеріальних ресурсів. У низці випадків як постачальники можуть виступати посередницькі структури.</li> <li>- юридичні функції пов'язані з правовим забезпеченням і захистом прав власності, підготовкою та веденням ділових переговорів і юридичним оформленням угод, контролем за їх виконанням.</li> </ul>

У сучасних умовах різних впливів зовнішнього середовища на діяльність підприємства стратегічне планування матеріально-технічного забезпечення має передбачити заходи для забезпечення гнучкості та швидкої реакції на зміну умов матеріально-технічного забезпечення, визначити обсяги й напрями інвестицій на ці цілі.

Усі зазначені аспекти впливу матеріально-технічного забезпечення на діяльність підприємства можуть стати позитивними лише за умов розв'язання багатьох проблем, характерних для більшості сучасних підприємств. Серед таких завдань можна виокремити основні й найбільш характерні:

- забезпечення стабільної бази постачальників, здатних коригувати свою постачальницьку діяльність відповідно до виробничих потреб підприємства споживача. Сучасна ситуація вказує на той факт, що майже неможливо відшукати одного такого постачальника, який забезпечив би максимально вигідні умови згідно з параметрами (цінові показники; асортимент; умови оплати; здатність швидко змінювати ціну та (або) асортимент; фактор транспортування та витрат, що пов'язані з останнім);

- організація внутрішніх процесів, що забезпечують виробничий процес та залежать від постачання. Це організація складського господарства, обліку залишків товарно-матеріальних цінностей на складах, розрахунки нормативних запасів, їх підтримання на визначеному рівні.

## **2. Організація постачання матеріальних ресурсів**

Залежно від системи забезпечення й особливостей руху матеріальних ресурсів від постачальників до споживачів розрізняють транзитну та складську форми матеріально-технічного забезпечення підприємства.

Транзитна форма займає значну частину в загальному обсязі постачань, вона більш економічна, має відносно високу швидкість постачань. Вибір транзитної форми постачань продиктовано насамперед обсягом споживаних ресурсів і встановленою для нього транзитною чи замовленою нормою постачань.

На відміну від транзитної, складська форма постачання передбачає доставку ресурсів підприємству через посередників. За цієї форми обсяг партії та строки поставок не лімітовані, але споживачі ресурсів несуть додаткові витрати за зберігання продукції на складах посередників тощо.

Вибираючи форму постачання, підприємства повинні враховувати специфіку споживаних ресурсів, обсяги їх використання у виробництві, можливі витрати на їх доставку.

Вибір постачальника є основою створення стійкої бази постачання будь-якого підприємства. Рішення розмістити замовлення в конкретного постачальника залежить від низки факторів. Постачальник повинен задовольняти за якістю та обсягами продукції, що поставляється, умовами доставки продукції, ціною та рівнем обслуговування. Важливим під час вибору постачальника є його технічний стан, розвиненість інфраструктури, фінансове становище, трудові відносини й місцезнаходження.

Рішення про вибір постачальника можна розглядати як вибір в умовах невизначеності, що пов'язано з досить високим ризиком. Ризик зростатиме під час закупівлі невідомих видів сировини чи виробів, устаткування. Тому варто звертатися до додаткових джерел інформації. Це можуть бути каталоги, торгові журнали, різного роду рекламні оголошення та Інтернет.

Важливою є оцінка діяльності не тільки наявного постачальника, а й потенційного. Для перевірки діяльності потенційного постачальника часто необхідні значні затрати часу й засобів. Під час оцінювання потенційних постачальників найважливішими факторами є такі, як технічні та інженерні можливості постачальника, його виробничий і фінансовий план та здатність ефективно керувати виробництвом. Необхідно також відповісти на запитання, чи здатний цей постачальник цілком задовольнити потреби замовника в короткостроковому й довгостроковому періоді та чи є передумови так вважати.

Важлива оцінка фінансової сторони постачальника. Серед інших показників перевіряють його кредитний рейтинг, структуру капіталу, рентабельність, оборотний капітал, стан запасів, коефіцієнт ліквідності,

прибутковість інвестицій і т. ін. Усі ці показники характеризують фінансову стабільність і конкурентоспроможність продукції постачальника.

Під час планування поставок матеріальних ресурсів передбачають такі дії:

- вибір постачальника певного виду ресурсу;
- укладання договору на поставку;
- вибір форми постачання ресурсу;
- складання плану-графіка завезення партій ресурсу.

Велику роль в організації матеріально-технічного забезпечення підприємства відіграють логістичні підходи до матеріально-технічного постачання підприємства.

Логістика охоплює всі види діяльності щодо переміщення матеріальних ресурсів у часі та просторі. Функції логістики тісно переплітаються з іншими функціями щодо забезпечення руху матеріальних потоків. Логістика виконує комплексну функцію та є самостійною сферою, що охоплює проблеми фізичного переміщення матеріальних ресурсів у часі та просторі на всіх стадіях діяльності підприємства.

Планування поставки матеріалів передбачає рух матеріалів від постачальника до споживача. При цьому можуть бути розглянуті два напрями: канали постачання, логістика постачання.

Канали постачання характеризують рух товарів від постачальника до споживача з виконанням юридичних обов'язків сторін. При цьому визначаються різні структури, через які здійснюється процес постачання.

Логістика постачання розглядає проблеми фізичного транспортування та збереження матеріалів. Як правило, маршрути доставки матеріалів збігаються з юридично оформленою доставкою. Однак іноді юридично оформлена доставка не збігається з маршрутом проходження вантажів, наприклад, під час постачання товарів, що швидко псуються чи важко перевозяться.

Основні ознаки логістики можна класифікувати за такими напрямками:

1 розглядає логістику як процес керування просуванням матеріальних ресурсів. На цьому шляху відбувається безліч логістичних операцій на етапах

матеріально-технічного постачання, виробництва та збуту готової продукції. Логістику тут називають заготівельною, внутрішньовиробничою та розподільчою.

2. розглядає логістику як ресурсну, що складається з матеріальної чи транспортно-складської, інформаційної, фінансової та кадрової логістики.

3. логістика характеризується сферою її застосування в підприємницькій діяльності й має переважно галузевий характер.

Найпоширенішими видами бізнесу є виробниче, фінансове підприємництво та комерція.

В бізнесі-логістиці вирізняють виробничу, фінансову й комерційну логістику.

У сфері матеріально-технічного постачання основою логістичного потоку є:

- транспортні засоби;
- навантажувально-розвантажувальні механізми;
- вагове господарство;
- складські споруди;
- засоби зв'язку й передавання інформації.

Ефективність логістичної системи визначається набором показників, що характеризують якість роботи даної системи за заданого рівня логістичних витрат. З погляду споживачів ефективність логістичної системи можна визначити двома показниками — якістю й ціною обслуговування, що характеризують логістичні витрати.

### **3. Планування потреби підприємства в матеріальних ресурсах**

Визначення потреби в матеріальних ресурсах — центральна ланка в плануванні матеріально-технічного постачання підприємства. Потреба в матеріальних ресурсах складається з потреби в ресурсах на основне виробництво, потреби на створення й підтримку перехідних запасів на кінець планового періоду та потреби на інші види господарської діяльності, у тому числі й невиробничу.

Потреба в матеріальних ресурсах планується за всією номенклатурою матеріалів у вартісному й натуральному вираженні. Обсяги та терміни постачань матеріалів на підприємство зумовлюються режимом їх виробничого споживання, створенням і підтримкою необхідного рівня виробничих запасів.

Обсяг необхідних матеріальних ресурсів складається з потреби в матеріалах, необхідних для впровадження нової техніки, для виготовлення оснащення та інструменту, на експлуатаційні й технологічні втрати, на створення необхідного заділу незавершеного виробництва та на формування перехідних запасів.

Фактори, що впливають на визначення потреби в матеріальних ресурсах:

- вид матеріального ресурсу ,
- виробнича програма,
- види потреби в ресурсі,
- норма витрат матеріального ресурсу на одиницю продукції.

Потреба в матеріальних ресурсах визначається на основі балансу матеріально-технічного забезпечення підприємства з урахуванням залишків і внутрішніх джерел забезпечення.

В остаточному вигляді план забезпечення — це розгорнутий баланс, який відображає всю потребу в матеріальних ресурсах за напрямками споживання та джерелами її покриття, з урахуванням наявних запасів на складах. Баланс розробляють як у натуральному, так і грошовому вираженні.

Баланс матеріально-технічного забезпечення підприємства охоплює потребу в матеріалах:

- на виробництво продукції  $P_{п}$ ;
- упровадження нової техніки  $P_{н.т}$ ;
- ремонтно-експлуатаційні потреби  $P_{р.-е}$ ;
- утворення залишків незавершеного виробництва  $P_{нзв}$ ;
- утворення перехідних запасів  $P_3$ .

Джерелами покриття цієї потреби можуть бути:

- очікувані залишки на початок планового періоду  $Z_0$ ;

- матеріали в незавершеному виробництві на початок планового періоду  $Z_{\text{нзв}}$ ;
- мобілізація внутрішніх ресурсів  $M_{\text{вн}}$ ;
- придбання і завезення матеріалів зі сторони  $Z_{\text{с}}$ .

Матеріальний баланс має вигляд:

$$P_{\text{п}} + P_{\text{н.т}} + P_{\text{р.-с}} + P_{\text{нзв}} + P_{\text{з}} = Z_{\text{о}} + Z_{\text{нзв}} + M_{\text{вн}} + Z_{\text{с}}. \quad (3.4)$$

Баланс матеріально-технічного забезпечення є інструментом логістичного управління рухом матеріальних ресурсів на промислових підприємствах.

Основні дані для визначення потреби — це узгоджені з попитом пропозиції підприємства щодо виробництва товарів і послуг та норм витрат на їх виготовлення.

У розрахунках необхідно диференціювати потребу підприємства за основними напрямками витрат, беручи до уваги їхнє значення та переважання питомої ваги в загальному обсязі потреби підприємства.

Потребу в матеріально-технічних ресурсах розраховують різними методами, серед яких найширше застосовують метод прямого розрахунку (детермінований), що ґрунтується на прогресивних нормах витрат матеріалів та планах випуску продукції.

При розрахунку потреби в матеріально-технічних ресурсах слід враховувати створення запасів матеріальних ресурсів. Створюючи запас, необхідно враховувати, що розширення асортименту товарів на ринку приводить до скорочення життєвого циклу товару, а також впливає на поведінку партнерів, покупців і конкурентів.

Запаси — це оборотний капітал; чим їх менше, тим ефективніше виробництво. Критерієм оптимізації запасів слугують витрати зберігання закупівель; утримання запасів тощо. Витрати закупівель охоплюють:

- витрати на оформлення замовлення;
- витрати на оформлення угоди з поставок;
- транспортні витрати;
- витрати на складування та зберігання.



Деякі витрати фіксуються в замовленні й не залежать від його обсягу, інші, наприклад транспортні та складські, перебувають у прямій залежності від величини замовлення.

Під час управління запасами будь-якого товару потрібно враховувати розмір потреби та час, коли цей ресурс необхідно для виробництва. Для вирішення цих питань існують певні системи управління запасами:

- з фіксованим розміром замовлення;
- фіксованим інтервалом між замовленнями (з постійним рівнем запасу).

Решта систем є собою різновидами цих двох систем.

Система з фіксованим розміром запасу є простою, класичною. У цій системі розмір замовлення є постійною величиною, і повторне замовлення подають у разі зменшення наявних запасів до певного критичного рівня «точки замовлення».

Ця система ґрунтується на виборі розміру партії, який мінімізує загальні витрати управління запасами, що складаються з витрат виконання замовлення й витрат зберігання запасів.

Витрати виконання замовлення — це накладні витрати, які пов'язані з реалізацією замовлення й залежать від розміру замовлення. Якщо  $ВВ_{зам}$  — витрати виконання замовлення, а  $РП$  — розмір партії, то витрати виконання замовлення на одиницю товару будуть  $ВВ_{зам}/РП$ .

Для визначення річних затрат виконання замовлення витрати виконання замовлення, які припадають на одиницю товару, необхідно помножити на  $ТР$  — кількість товару, реалізованого за рік, тобто  $ВВ_{зам}/РП \cdot ТР$ .

Витрати зберігання запасів охоплюють витрати, пов'язані з фізичним зберіганням товарів на складі, та можливі відсотки на капітал, укладений у запаси. Ці витрати виражають у відсотках від закупівельної ціни за певний час.

Якщо  $ЦЗ$  — закупівельна ціна одиниці товару,  $ВЗ_6$  — витрати зберігання, виражені як частка цієї ціни, то  $ЦЗ \cdot ВЗ_6$  — річні витрати зберігання товару.

Витрати зберігання визначаються середнім рівнем запасів. За постійної інтенсивності збуту річні витрати зберігання запасів становлять:

$$\frac{\text{ЦЗ} \cdot \text{ВЗ}_6 \cdot \text{РП}}{2} \quad (3.5)$$

Загальні річні витрати управління запасом ( $V_{\text{річ}}$ ) — це сума річних витрат виконання замовлення та річних витрат зберігання запасів, тобто

$$V_{\text{річ}} = (\text{ВВ}_{\text{зам}} \cdot \text{ТР} / \text{РП} + \text{ЦЗ} \cdot \text{ВЗ}_6 \cdot \text{РП} / 2). \quad (3.6)$$

Застосовують і іншу форму розрахунку річних витрат:

$$V_{\text{річ}} = \text{ВВ}_{\text{зам}} \cdot \text{ТР} / \text{РП} + \text{ТР} \cdot \text{ЦЗ}_1 + \text{РП} / 2, \quad (3.7)$$

де  $\text{ЦЗ}_1$  — закупівельна ціна одиниці товару.

Значення розміру партії, яка мінімізує річні витрати управління запасами, називають найбільш економним розміром замовлення й позначають  $\text{РЗ}_{\text{ек}}$ .

Оптимальний розмір партії ( $\text{РП}_{\text{опт}}$ ) розраховують виходячи із загальних витрат, за формулою Уілсона:

$$\text{РП}_{\text{опт}} = \sqrt{\frac{2\text{ВВ}_{\text{зам}} \cdot \text{ТР}}{\text{ЦЗ} \cdot \text{ВЗ}_6}}. \quad (3.8)$$

За системи з фіксованим інтервалом між замовленнями витрат на управління запасом немає. Через постійні інтервали часу з'ясовують стан запасів і залежно від цього подають замовлення.

Для управління матеріально-технічним забезпеченням підприємства необхідно коректно та економічно обгрунтовано розрахувати потреби в ресурсах.

### **Запитання та завдання для самоконтролю**

1. Охарактеризуйте основні принципи організації матеріально-технічного постачання підприємства
2. Які основні критерії вибору раціональних видів господарських зв'язків для поставок?
3. Які існують джерела матеріально-технічного забезпечення?
4. Які методи забезпечення матеріальними ресурсами існують на підприємствах?

### **3.3 Основні фонди підприємства**

#### **Питання для теоретичної підготовки**

1. Сутність та види капіталу. Економічне поняття виробничих фондів
2. Оцінка, класифікація та структура основних фондів
3. Спрацювання, амортизація і відтворення основних фондів
4. . Ефективність використання основних фондів

#### **Ключові терміни і поняття**

*Основний і оборотний капітал*

*Власний і залучений капітал*

*Засоби виробництва і засоби праці*

*Первісна, залишкова і відновна вартість основних фондів*

*Балансова і середньорічна вартість основних фондів*

*Методи нарахування амортизації*

*Податковий метод нарахування амортизації*

*Показники стану та руху основних фондів*

*Показники ефективності використання основних фондів*

#### **1. Сутність і види капіталу. Економічне поняття виробничих фондів**

Організація будь-якого процесу виробництва передбачає наявність засобів виробництва, що включають засоби праці, предмети праці та труд людини, тобто її цілеспрямовану діяльність. Але перш ніж почати діяльність підприємцю потрібен капітал.

Капітал у буквальному розумінні означає головну суму коштів, необхідних для започаткування та здійснення виробництва. Капітал, з одного боку, - це сукупність ресурсів, яка володіє потенціалом щоб приносити економічні вигоди, а з другого – це:

- виробничі відносини (основний оборотний капітал);
- відношення власності (власний та залучений капітал).

Авансований капітал – (фр. *Avancer* – виплачувати наперед) - це грошова сума, яка вкладається власником у певне підприємство (підприємницьку діяльність) з метою одержання зиску (прибутку).

Основний капітал – це частина постійного капіталу, яка складається з вартості засобів праці (будівель, споруд, машин, устаткування) та обертається протягом кількох періодів виробництва.

Основний капітал переноситься на кінцевий продукт частинами протягом тривалого строку за допомогою механізму амортизації.

До основного капіталу відноситься та частина капіталу, яка авансується для придбання засобів праці, нематеріальних активів, довгострокових фінансових інвестицій, довгострокової дебіторської заборгованості, відстрочених податкових активів та інших необоротних активів.

Оборотний капітал – це та частина постійного капіталу, яка витрачається на придбання на ринку предметів праці (сировини, матеріалів, комплектуючих виробів) та оплату праці робочої сили.

Оборотний капітал, на відміну від основного, повністю переноситься на кінцевий продукт протягом одноговиробничого циклу, в кінці якого повністю відтворюється в цьому продукті.

До оборотного капіталу відноситься капітал, який авансується в купівлю предметів праці та робочої сили.

За джералами формування капітал підприємства ділиться на

- власний
- позиковий.

Власний капітал – це власні джерела фінансування підприємства, які внесені його засновниками, або сума реінвестованого чистого прибутку, нагромаджені протягом строку існування підприємства, а також дарчий капітал.

Власний капітал створюється переважно за рахунок нерозподіленого прибутку, тобто валового прибутку за вирахуванням сплачених податків, відсотків за кредит і дивідендів. Він включає:

- статутний,
- пайовий,

- додатковий,
- резервний .

Статутний капітал – це зафіксована в установчих документах загальна вартість активів, які є внеском власників у капітал підприємства.

Пайовий капітал – це сума добровільно розміщених пайових внесків членів споживчого товариства, колективного підприємства, кооперативу, кредитного союзу тощо для здійснення господарсько-фінансової діяльності.

Додатковий капітал – це капітал, який створюється внаслідок:

- отримання емісійного доходу від розміщення акцій;
- надходження внесків засновників та учасників у розмірах, які перевищують частку кожного в оголошеному статутному капіталі;
- дооцінки активів підприємства;
- безоплатного отримання необоротних активів;
- утворення курсових різниць при отриманні внесків до статутного капіталу нерезидентів у іноземній валюті;
- надходження засобів на поповнення необоротних активів.

Резервний капітал – це сума відрахувань із нерозподіленого прибутку відповідно до засновницьких документів і чинного законодавства.

Рішення про напрямки використання резервного капіталу приймається власниками підприємства. Таким використанням може бути:

- покриття непередбачених витрат у випадку недостатності прибутку;
- погашення боргів при ліквідації товариства;
- збільшення статутного капіталу;
- виплата дивідендів.

Позиковий (залучений) капітал формується на тимчасовій основі у вигляді довгострокової або (та) короткострокової позики, яка здійснюється у формі банківського кредиту.

Невід’ємною умовою здійснення господарської діяльності підприємства є забезпечення виробничих ланок поряд із матеріальними та трудовими ресурсами, необхідними засобами виробництва.

Засоби виробництва за своїм матеріально-речовим складом становлять виробничі фонди підприємства, усю сукупність яких поділяють на основні та оборотні.

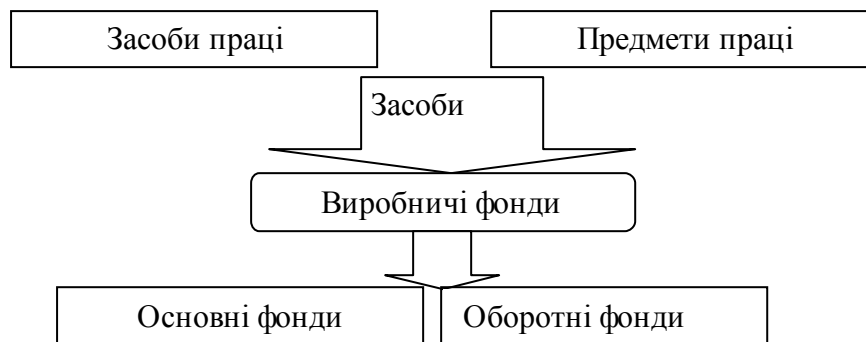


Рис. 3.1 Склад виробничих фондів підприємства

Основні фонди – це сукупність засобів праці, які мають вартість і функціонують у виробництві тривалий час у своїй незмінній споживчій формі, а їхня вартість переноситься на вартість продукції, що виробляється, частинами в міру спрацювання.

Згідно з Законом України “Про оподаткування прибутку” основні фонди – це матеріальні цінності, які використовуються в господарській діяльності платниками податку впродовж періоду більш ніж 365 календарних днів, та вартість яких поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом.

Оборотні фонди – частина виробничих фондів у вигляді певної сукупності предметів праці, елементи яких цілком споживаються в кожному виробничому циклі, змінюють або повністю втрачають натуральну форму і переносять всю свою вартість на вартість продукції, що виробляється (на вартість платних послуг).

## 2. Оцінка, класифікація та структура основних фондів.

Для відображення участі основних засобів у виробничому процесі підприємств за функціональною ознакою їх поділяють на:

- промислово-виробничі засоби, які прямо чи опосередковано беруть участь у виготовленні продукції,

- непромислові, які ніякої участі у виробничому процесі не беруть.

Для обліку, аналізу та планування основні фонди за складом класифікують згідно з П(С)БО 7 «Основні засоби».

Класифікація основних фондів:

1. за ознакою подібності їхнього функціонального призначення та натурально-речового складу розподіляються на певні види:

- будівлі;
- споруди;
- передавальні пристрої;
- машини та устаткування (1. силові машини та устаткування  
2. робочі машини та устаткування  
3. вимірювальні та регулюючі прилади та пристрої, лабораторне устаткування  
4. обчислювальна техніка);
- транспортні засоби;
- господарський інвентар;
- інструмент;
- виробничий інвентар та приладдя;
- інші основні фонди.

2. за призначенням ( у сфері використання)

- виробничі ( основні фонди, які беруть участь у виробничому процесі і створюють умови для виробничої діяльності);
- невиробничі (об`єкти культурно-побутового призначення (житлові будинки, медичні установи та ін.);

3. за ступенем участі у виробничому процесі

- активні (які безпосередньо беруть участь у виробничому процесі – робочі машини й устаткування, інструмент, вимірювальні та регулюючі пристрої, ЕОМ, деякі технічні споруди);
- пасивні (які створюють умови для здійснення процесу виробництва).

4. по групах для встановлення норм амортизаційних відрахувань

- перша : будівлі, споруди, їхні структурні компоненти, передавальні пристрої;
- друга: автомобільний транспорт, меблі, побутові електронні оптичні, електромеханичні прилади та інструменти, включаючи ЕОМ, інші машини для автоматичного оброблення інформації, телефони, інше офісне обладнання;
- третя: основні фонди, не включені до першої та другої груп.

Структура основних фондів – це розподіл основних фондів за видами (групами), відображений у відсотках від їх загальної вартості по підприємству, галузі або житлово-комунальному господарству в цілому.

Правові засади здійснення оцінки майна, майнових прав і професійної оцінки діяльності в Україні, її державного та громадського регулювання, забезпечення створення системи незалежної оцінки майна з метою захисту законних інтересів держави та інших суб'єктів правовідносин у питаннях оцінки майна, майнових прав і використання її результатів регулюються Законом України «Про оцінку майна, майнових прав і професійно оціночну діяльність в Україні».

Основні фонди підприємства оцінюються:

1. Залежно від моменту проведення оцінки – за первісною (початковою) чи відновленою вартістю;
2. Залежно від стану основних фондів – за повною або залишковою вартістю.

Первісна вартість основних фондів – це фактична їхня вартість на момент уведення в дію чи придбання. Первісна вартість будь-якого виробничого устаткування, крім оптової ціни, включає витрати на його транспортування й установку на місці використання.

Первісна вартість ідентифікує вартість на момент введення в експлуатацію або придбання основного засобу.





Рис. 3.2 Види оцінки вартості основних фондів

Первісна вартість основних фондів включає:

- суми, які сплачені постачальникам активів і підрядникам за виконані будівельно-монтажні роботи (без непрямих податків);
- суми непрямих податків у зв'язку з придбанням основних засобів, якщо ці податки не відшкодовуються підприємству;
- реєстраційні збори, держмити та інші платежі, які пов'язані з придбанням прав на об'єкт основних засобів;
- суми ввізного мита;
- витрати зі страхування ризиків доставки основних засобів;
- витрати на транспортування, встановлення, монтаж і налагодження основних фондів;
- інші витрати, які безпосередньо пов'язані з доведенням основних засобів до стану, в якому вони придатні для їх використання у запланованих цілях.

Відновна вартість основних фондів – це вартість їхнього відтворення за сучасних умов виробництва. Вона враховує ті самі витрати, що й первісна, але за сучасними цінами.

Залишкова вартість основних фондів – характеризує реальну їхню вартість, і ще не перенесену на вартість виготовленої продукції (роботи або послуги).

Залишкова вартість основних фондів є розрахунковою величиною, і визначається як різниця між повною первісною (відновною) вартістю та накопиченою на момент обчислення сумою спрацювання основних фондів.

Залишкова вартість основних фондів на час їхнього вибуття (спричиненого спрацюванням) має назву ліквідаційної вартості.

Вона розраховується як сума надходжень від реалізації основних фондів, які вибули, з урахуванням витрат щодо демонтажу та реалізації. У практиці господарювання її використовують для розрахунків норм амортизаційних відрахувань та визначення наслідків ліквідації спрацьованих ОФ.

Повна (первісна й відновна) вартість основних фондів – це вартість у новому, не зношеному стані. Саме за цією вартістю основні фонди рахуються на балансі підприємства протягом усього періоду функціонування.

Балансова вартість групи основних фондів на початок розрахункового року (БВ<sub>оф</sub>):

$$БВ_{оф} = БВ_о + В_{ноф} + В_{кр} + В_{рек} - В_в - АВ_о, \quad (3.9)$$

де  $БВ_о$  – балансова вартість групи основних фондів на початок року, що передував звітному;

$В_{ноф}$  – витрати на придбання нових основних фондів;

$В_{кр\ оф}$  – вартість здійснення капітального ремонту основних фондів;

$В_{рек\ оф}$  – витрати на реконструкцію виробничих приміщень і модернізацію устаткування;

$В_в\ оф$  – вартість виведених з експлуатації основних фондів протягом року, що передував звітному;

$АВ_о\ оф$  – сума амортизаційних відрахувань, нарахованих у році, що передував звітному.

Середньорічна вартість – середньозважена повна вартість основних фондів за рік.

$$V_{\text{ср. оф.}} = PV_{\text{п.р.}} + PV_{\text{в. оф.}} \cdot k/12 - PV_{\text{виб. оф.}} \cdot (12 - k) / 12, \quad (3.10)$$

де  $PV_{\text{п.р.}}$  – повна вартість основних фондів на початок року;

$PV_{\text{в. оф.}}$  – повна вартість основних фондів, що надійшли у розрахунковому році;

$PV_{\text{виб. оф.}}$  – повна вартість основних фондів, що вибули з експлуатації у розрахунковому році.

Для обліку руху основних засобів підприємство використовує середньорічну вартість основних фондів.

### 3.Спрацювання, амортизація і відтворення основних фондів.

Основні фонди протягом свого тривалого функціонування зазнають фізичного (матеріального) і економічного спрацювання, а також, морального старіння.

Під фізичним спрацюванням основних виробничих фондів розуміють явище поступової втрати ними своїх первісних техніко-експлуатаційних якостей, тобто споживчої вартості, що призводить до зменшення їхньої реальної вартості – економічного спрацювання.

Фізичний знос пов'язан з впливом природно-кліматичних умов, і не залежить від того, використовуються основні фонди у виробництві чи ні.

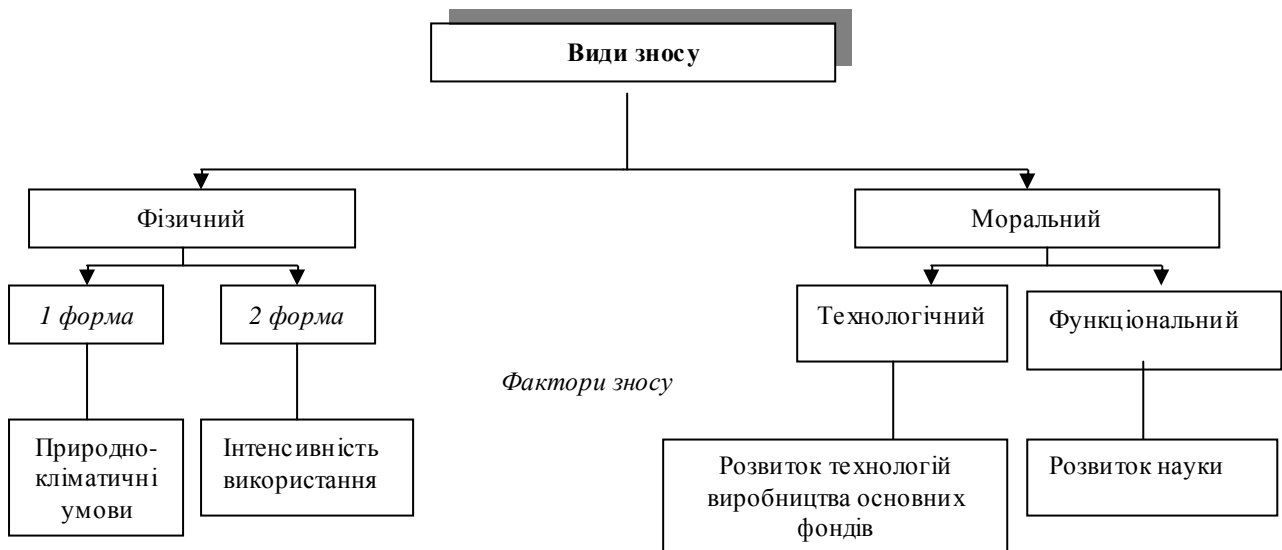


Рис. 3.3 Види зносу основних засобів

Фізичний знос – це втрата засобами праці своїх первісних техніко-експлуатаційних якостей, тобто споживчої вартості, що призводить до поступового зменшення реальної їх вартості – економічного спрацювання. Таке матеріальне спрацювання може бути тимчасовим і постійно накопичуваним.

Ступінь фізичного зносу можна визначити двома методами:

- за строком фактичної експлуатації засобів праці конкретного виду,
- за даними обстеження технічного стану засобів праці.

Технологічний знос – втрата вартості внаслідок здешевлення відтворення таких самих машин, тобто коли нові машини такої конструкції можуть бути придбані дешевше, ніж ті, що встановлені на підприємстві.

Функціональний знос – втрата вартості діючих фізично придатних машин внаслідок того, що випущено нові, кращі, більш потужні.

Соціальний знос – втрата споживчої вартості основних фондів внаслідок незадоволення умов безпеки праці та ергономічності (зручність робочого місця).

Екологічний знос – втрата споживчої вартості внаслідок невідповідності умовам екологічної безпеки.

Наслідки морального зносу можна усунути

- модернізацією устаткування,
- реконструкцією (функціональний знос),
- скороченням термінів використання основних фондів,
- підвищенням інтенсивності експлуатації (технологічний знос).

Технологічний знос розраховують за формулою:

$$З_{\text{т}} = \text{ПВ} - \text{ВВ} \quad (3.11)$$

Функціональний знос розраховують за формулою:

$$З_{\text{ф}} = \text{ПВ}_{\text{н}}^{\text{с}} - (\text{ПВ}_{\text{с}} / \text{T}_{\text{н}}^{\text{с}} \text{П}_{\text{с}} - \text{ПВ}_{\text{н}} / \text{T}_{\text{н}}^{\text{н}} \text{П}_{\text{н}}) * \text{T}_{\text{о}}^{\text{с}} * \text{П}_{\text{с}} \quad (3.12)$$

де  $\text{ПВ}_{\text{с}}$  – первісна вартість старого обладнання;

$\text{T}_{\text{н}}^{\text{с}}$  – нормативний строк експлуатації нового обладнання;

$\text{П}_{\text{с}}$  – річна продуктивність старих і нових основних фондів у вартісному визначенні;

$\text{ПВ}_{\text{н}}$  – первісна вартість нового обладнання;

$\text{T}_{\text{о}}^{\text{с}}$  – нормативний строк експлуатації старого обладнання;

$\text{П}_{\text{н}}$  – залишений строк експлуатації старого обладнання.

Необхідною умовою відновлення засобів праці в натурі є поступове відшкодування їхньої вартості, яке здійснюється через амортизаційні відрахування (амортизацію).

Амортизація основних фондів – це процес перенесення авансованої раніше вартості всіх видів засобів праці на вартість продукції з метою її повного відшкодування.

Амортизаційні відрахування обчислюють за певними нормами, які характеризують щорічний розмір відрахувань у відсотках до балансової вартості основних фондів. Розрахунки норм амортизаційних відрахувань на повне відновлення основних фондів здійснюють централізовано за формулою:

$$H_{ав} = (БВ - ЛВ) / (A_n * БВ) * 100, \quad (3.13)$$

де ЛВ – ліквідаційна вартість основних фондів;

$A_n$  – амортизаційний період (нормативний строк функціонування) основних фондів.

У практиці господарювання можуть застосовуватися наступні методи амортизації :

- метод рівномірного нарахування зносу (метод прямолінійної амортизації);
- метод одиниці продукції (одиниці послуг);
- метод урахування цілих значень років експлуатації (метод однозначних чисел);
- подвійно-знижувальний балансовий метод;
- система прискореного компенсування витрат.

1. Метод рівномірного нарахування зносу (метод прямолінійної амортизації). Цей метод передбачає перенесення балансової вартості основних фондів на собівартість продукції, що виробляється, протягом амортизаційного періоду (нормативного строку служби) засобів праці за однаковими нормами амортизаційних відрахувань. За цим методом величина амортизаційних відрахувань визначається за формулою:

$$AB = (ПВ * H_{ав}) / 100, \quad (3.14)$$

$$H_{ав} = 100 / T, \quad (3.15)$$

де T – нормативний строк експлуатації основних фондів у роках.

Переваги методу – простота розрахунку та рівномірність розподілу суми амортизації між обліковими періодами, що забезпечує зіставленн собівартості продукції з доходом від реалізації.

Недоліком даного методу є те, що він не враховує морального зносу основних засобів, відмінність їх виробничої потужності в різні роки експлуатації та необхідність збільшення витрат на ремонт в останні роки служби.

2. Метод одиниці продукції (одиниці послуг). Сутність методу полягає у визначенні кількості продукції (послуг), яку може виробити машина за нормативний термін експлуатації. Тоді амортизацію нараховують за реальною кількістю продукції (послуг), що вироблена (надано) протягом року.

$$Ц_{пр} = (ПВ - ЛВ) / Q_{норм}, \quad (3.16)$$

$$АВ = Q_{факт} * Ц_{пр}, \quad (3.17)$$

де  $Q_{норм}$  – нормативна кількість виробленої продукції (наданих послуг);

$Q_{факт}$  – фактична кількість виробленої продукції (наданих послуг);

$Ц_{пр}$  – ціна одиниці продукції (послуг).

3. Метод урахування цілих значень років експлуатації (кумулятивний метод). Цей метод характеризується більш високими нормами амортизації в першій половині амортизаційного періоду і поступовим їх зниженням в другій половині. Визначення амортизаційних відрахувань здійснюється в декілька етапів:

а) визначається сума цілих значень років експлуатації;

б) обчислюється дріб від ділення цілих чисел років експлуатації (при цьому дріб від ділення цілого значення останнього року експлуатації ставиться на перше місце, передостаннього – на друге і т.д.);

в) відповідний дріб для кожного року перемножується на ціну устаткування і в такий спосіб визначається сума амортизації за потрібний рік.

$$Н_{ав} = ((T - i + 1) * 100) / \Sigma T, \quad (3.18)$$

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

4. Подвійно-знижувальний балансовий метод. За цим методом норма амортизаційних відрахувань встановлюється через подвоєння норм, обчислених

за методом рівномірної амортизації, але амортизаційні відрахування розраховуються не щодо балансової вартості основних фондів, а щодо залишкової за формулою:

$$H_{ав} = 2 * (100 / T) \quad (3.19)$$

5. Система прискореного компенсування витрат. Підприємства можуть самостійно приймати рішення про застосування прискореної амортизації основних фондів, віднесених за укрупненою класифікацією до третьї групи і придбаних після травня 1997 року, тобто після набуття чинності Законом України “Про оподаткування прибутку підприємств”. При цьому мають використовуватися такі норми прискореної амортизації відповідно до року експлуатації засобів праці

1-15 %    2-30 %    3-20 %    4- 15 %    5 – 10 %    6 – 7 – 5 %.

6. Податковий метод нарахування амортизації. Цей метод регламентовано Законом України «Про оподаткування прибутку підприємства». За основу прийнято класичну формулу нарахування амортизації. При цьому норми амортизації встановлюються у відсотках до балансової вартості кожної з груп основних фондів на початок звітного періоду в таких квартальних розмірах:

- 1 група основних фондів – 2%,
- 2 група основних фондів – 10 %,
- 3 група основних фондів – 6 %,
- 4 група основних фондів – 15 %.

Амортизація не нараховується на :

- споруди благоустрою та житлові будинки
- бібліотечні та архівні фонди
- автомобільні дороги загального використання

Для підтримки основних фондів у нормальному технічному стані на підприємстві здійснюється

- поточний ремонт
- капітальний ремонт
- відновлювальний ремонт

- модернізація
- реконструкція
- технічне переобладнання

Поточний ремонт – збереження засобів праці у придатному для продуктивного використання стані проведення регулярних ремонтно-профілактичних операцій з метою усунення дрібних неполадок і запобігання прогресуючому фізичному спрацюванню.



Рис. 3.4 Відтворення основних фондів

Капітальний ремонт - максимально можливе відновлення первісних техніко-експлуатаційних параметрів засобів праці.

Відновлювальний ремонт – ремонт, необхідність у проведенні якого виникає внаслідок стихійного лиха.

Модернізація діючого виробничого устаткування – вдосконалення виробничого устаткування з метою запобігання техніко-економічному старінню та підвищення техніко-експлуатаційних параметрів до рівня сучасних вимог.

Реконструкція основних фондів – розширення та переобладнання основних фондів, які створюють умови для виробничого процесу.

Технічне переозброєння основних фондів – заміна та оновлення активної частини основних фондів.



Згідно з діючим законодавством підприємства мають право на валові витрати віднести витрати, що пов'язані з ремонтом, модернізацією, реконструкцією та технічним переобладнанням у сумі, що не перевищує 5 % сукупної балансової вартості основних фондів на початок звітного періоду витрати, що перевищують вказану суму, відносять на підвищення балансової вартості груп основних фондів та підлягають амортизації.

#### **4. Ефективність використання основних фондів**

Система показників, яка може вичерпно характеризувати ефективність основних фондів, охоплює два блоки:

1. показники ефективності відтворення окремих видів і всієї сукупності засобів праці;
2. показники рівня використання основних фондів у цілому та окремих їхніх видів.

##### Показники технічного стану основних фондів:

1. Коефіцієнт зносу основних фондів – характеризує зношеність основних фондів.

$$K_z = Z * 100 / ПВ, \quad (3.20)$$

де  $Z$  – сума зносу основних фондів;

ПВ – первісна вартість основних фондів .

2. Коефіцієнт придатності основних фондів – виявляє, яку частку складає їх залишкова вартість від первісної вартості.

$$K_n = (ПВ - Z) * 100 / ПВ. \quad (3.21)$$



Рис. 3.5 Показники ефективності відтворення та використання основних засобів

### Показники руху основних фондів

1. Коефіцієнт оновлення основних фондів – характеризує частку нових, введених в експлуатацію у звітному періоді основних фондів у складі усіх основних фондів, наявних на кінець звітного періоду.

$$K_o = \Phi_n / \Phi_k * 100, \quad (3.22)$$

де  $\Phi_n$  – сума нових основних фондів за первісною вартістю, що введені в експлуатацію у звітному періоді;

$\Phi_k$  – сума основних фондів за первісною вартістю на кінець звітного періоду.

2. Коефіцієнт вибуття основних фондів – показує, яка частка основних фондів, наявних на початок звітного періоду, вибула за цей період внаслідок старіння та зносу.

$$K_{\text{в}} = \Phi_{\text{в}} / \Phi_{\text{о}} * 100, \quad (3.23)$$

де  $\Phi_{\text{в}}$  – сума основних фондів, що вибувають у звітному періоді внаслідок старіння та зносу;

$\Phi_{\text{о}}$  – сума основних фондів на початок періоду.

Показники ефективності використання основних фондів

1. Фондовіддача ( $\Phi_{\text{в}}$ ) – показник, що відображає випуск продукції на 1 грн основних фондів підприємства

$$\Phi_{\text{в}} = D_{\text{р}} / \Phi, \quad (3.24)$$

де  $D_{\text{в}}$  – сума доходів від реалізації продукції;

$\Phi$  – загальна вартість основних фондів.

2. Фондомісткість ( $\Phi_{\text{м}}$ ) – показник потреби основних фондів для забезпечення виконання одиниці обсягу роботи.

$$\Phi_{\text{м}} = \Phi / D_{\text{р}}. \quad (3.25)$$

3. Фондоозброєність праці ( $\Phi_{\text{о}}$ ) обчислюється за формулою:

$$\Phi_{\text{о}} = \Phi / \text{Ч}, \quad (3.26)$$

де Ч - середньооблікова чисельність виробничого персоналу.

4. Фондовіддача на одного робітника ( $\Phi_{\text{вр}}$ ) – показник, що характеризує випуск продукції на 1 грн основних фондів з урахуванням кількості робітників.

$$\Phi_{\text{вр}} = D_{\text{р}} / (\Phi * \text{Ч}) \quad (3.27)$$

5. Механоозброєність виробництва ( $M_{\text{в}}$ ) – показник вартості машин та устаткування на одиницю обсягу реалізації продукції (послуг). Він застосовується для аналізу зміни питомої вартості засобів механізації. Цей показник розраховується у відсотках (або грн.) на кожну гривню доходів від реалізації продукції підприємств промислового або підрядного типу.

$$M_{\text{в}} = \Phi_{\text{м}} / D_{\text{р}} \quad (3.28)$$

6. Механоозброєність праці ( $M_{\text{п}}$ ) – характеризує вартість засобів механізації, що припадають на одного робітника. Цей показник визначають діленням

загальної балансової вартості машин та механізмів на середньооблікову кількість робітників.

$$M_{\pi} = \Phi_{\text{м}} / \text{Ч} \quad (3.29)$$

7. Енергоозброєність праці ( $E_{\pi}$ ) – показник, який визначається загальною установчою потужністю двигунів, установок, механізмів у кВт, що припадає на 1 робітника.

$$E_{\pi} = \sum E_{\pi} / \text{Ч} \quad (3.30)$$

8. Коефіцієнт технологічної структури основних фондів ( $K_{\text{тсф}}$ ) – визначається як співвідношення вартості активної частини основних фондів ( $\Phi_{\text{а}}$ ) та вартості основних фондів ( $\Phi$ ), за формулою

$$K_{\text{тсф}} = \Phi_{\text{а}} / \Phi. \quad (3.31)$$

Конкретні умови господарювання на підприємствах України потребують прискорення та підвищення ефективності відтворення основних засобів, зростання технічного рівня засобів праці, а також ефективного використання виробничого потенціалу.

### **Запитання та завдання для самоконтролю**

1. Охарактеризуйте поняття «основний капітал підприємства»
2. Яке призначення основного та оборотного капіталу у діяльності підприємства?
3. Вкажіть джерела формування основного та оборотного капіталу.
4. Охарактеризуйте та порівняйте методи нарахування амортизації.
5. Які чинники слід враховувати при плануванні використання основних фондів підприємства?
6. Які особливості визначення показників ефективності використання основних фондів?
7. Вкажіть джерела фінансування витрат на поліпшення основних засобів.
8. Порівняйте правила поліпшення основних засобів із правилами поліпшення основних фондів з метою оподаткування прибутку підприємства.
9. Чи нараховується амортизація на період реконструкції, модернізації, добудови, дообладнання та консервації основних засобів?

### 3.4 Оборотні фонди підприємства

#### Питання для теоретичної підготовки

1. Сутність, склад і структура оборотних фондів
2. Характеристика оборотних коштів. Поняття та структура
3. Нормування оборотних коштів. Методи розрахунку нормативів оборотних коштів
4. . Ефективність використання оборотних коштів

#### Ключові терміни і поняття

*Оборотні кошти*

*Незавершене виробництво*

*Виробничі запаси*

*Витрати майбутніх періодів*

*Норматив оборотних коштів*

*Показники ефективності використання оборотних коштів*

*Оборотність оборотних коштів*

*Тривалість обороту оборотних коштів*

#### 1. Сутність, склад і структура оборотних фондів.

Оборотні фонди – це частина виробничих фондів у вигляді певної сукупності предметів праці, елементи яких цілком споживаються в кожному виробничому циклі, змінюють або повністю втрачають натуральну форму і переносять всю свою вартість на вартість продукції (послуги), що виробляється.

Виробничі запаси становлять найбільшу частину оборотних фондів.

Незавершене виробництво – це предмети праці, обробку (переробку) яких не завершено підприємством. Вони перебувають безпосередньо на робочих місцях або в процесі транспортування від одного робочого місця до іншого.

Витрати майбутніх періодів – це грошові витрати, які зроблено в даний період, але які буде відшкодовано за рахунок собівартості продукції (роботи, послуг) у наступні періоди.

Співвідношення оборотних фондів у розрізі окремих елементів і стадій функціонування (запаси, незавершене виробництво, витрати майбутніх періодів) характеризує їхню виробничо-технологічну структуру.



Рис. 3.6 Оборотні фонди підприємства

Структура оборотних фондів на підприємствах різних галузей має значні відмінності, зумовлені конкретними технологіями і формами організації виробництва, умовами забезпечення матеріальними ресурсами, цінами на них тощо.

Оборотні фонди підприємства належать до нормованих. Визначення потреби підприємства в сировині та інших видах матеріальних ресурсів здійснюється за певними нормами їхніх витрат.

Норми оборотних фондів характеризують мінімальні запаси товарно-матеріальних цінностей на підприємстві і розраховують у днях запасу, нормах запасу, гривнях на розрахункову одиницю.

Норма витрат – гранично допустима величина витрати на виготовлення продукції за умов конкретного виробництва з урахуванням застосування найпрогресивнішої технології та сировини (матеріалів) найвищого гатунку.

Норми класифікуються за наступними ознаками:

А) за призначенням:

- норми витрат сировини;
- норми витрат матеріалів;
- норми витрат енергії;
- норми витрат палива.

Б) масштабом дії

- групові (на однакові види продукції);
- індивідуальні.

В) періодом дії

- річні (для поточного планування);
- перспективні.

Г) ступенем деталізації об'єктів нормування (вузла та вироб в цілому)

Д) ступенем деталізації нормованих ресурсів

- специфіковані (на види ресурсів з конкретними параметрами);
- зведені (на види ресурсів за звуженою номенклатурою).

Оборотні фонди нормують наступними методами:

1. Аналітично-розрахунковий метод.

Він базується на глибокому аналізі та техніко-економічному обґрунтуванні всіх елементів норми з використанням найновіших досягнень техніки і технології виробництва

2. Дослідно-лабораторний метод.

Норми витрат визначають з допомогою проведення низки дослідів і досліджень. Його використовують для нормування витрати допоміжних матеріалів та інструменту.

### 3. Звітно-статистичний метод.

Його суть полягає у встановленні норм витрат, виходячи зі звітних даних про фактичне витрачання ресурсів за минулі роки та очікуваного (можливого) певного зниження норм у наступні роки. Його застосування допускається тільки як виняток – для орієнтованих розрахунків, а також у процесі нормування витрат малооцінних і таких, що їх рідко використовують, матеріалів.

Економія матеріальних ресурсів, що характеризується зниженням абсолютної та питомої витрати окремих видів ресурсів, дає змогу з такої самої кількості сировини й матеріалів виготовлювати більше продукції без додаткових затрат суспільної праці, підвищувати ефективність виробництва в цілому на кожному підприємстві.

Існують два способи економії матеріальних ресурсів:

- організаційно-економічні заходи;
- виробничо-технічні заходи.

Організаційно-економічні заходи:

1. Удосконалення матеріальних нормативів;
2. Поліпшення організації матеріального забезпечення виробництва;
3. Упорядкування системи ціноутворення;
4. Застосування дійової системи економічного стимулювання.

Виробничо-технічні заходи:

1. Первинна обробка та збагачення сировини;
2. Комплексна переробка сировини;
3. Застосування ресурсо-зберігаючої техніки;
4. Запровадження маловідходної та безвідходної технології.

При цьому джерелами економії матеріальних ресурсів є:

- зменшення питомої ваги матеріалів;
- скорочення витрат і відходів сировини й матеріалів;
- використання відходів та побічних продуктів;
- утилізація вторинних ресурсів;
- заміна натуральних видів сировини та матеріалів штучними їх видами.



## 2. Характеристика оборотних коштів. Поняття та структура.

На підприємствах мають місце поточні витрати фінансових (грошових) коштів, які у процесі господарювання здійснюють певний кругообіг (проходять грошову, виробничу й товарну стадії).

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

Оборотні кошти підприємств класифікують за наступними ознаками:

1. за функціональним призначенням

- виробничі оборотні фонди;

- фонди обігу (з огляду на це виокремлюють оборотні кошти у сферах виробництва та обігу).

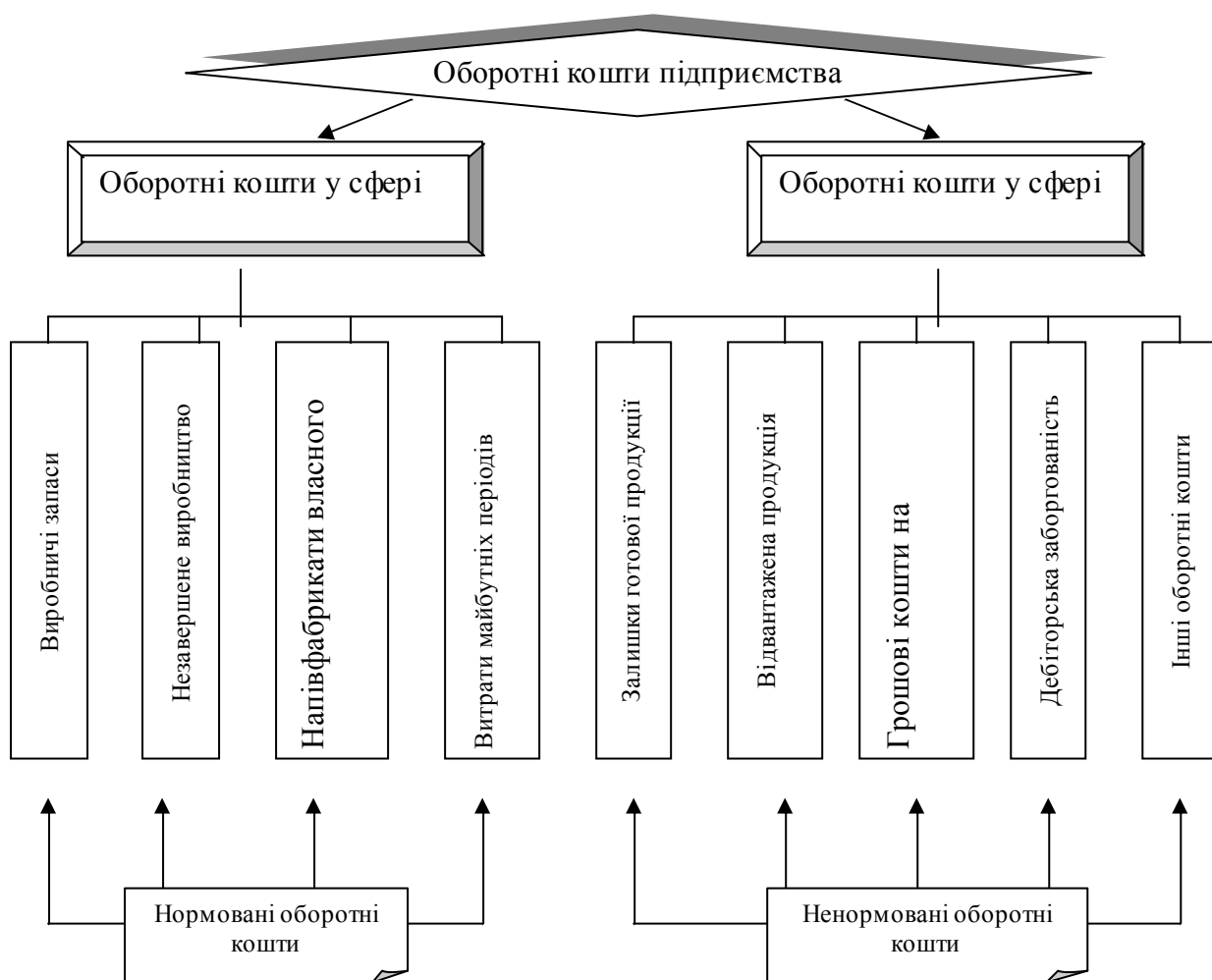


Рис. 3.7 Оборотні кошти підприємства

2. в залежності від ролі у виробничому процесі
  - оборотні фонди (виробничі запаси, незавершене виробництво, напівфабрикати власного виготовлення, витрати майбутніх періодів);
  - фонди обігу (залишки готової продукції, відвантажена продукція, грошові кошти на розрахунковому рахунку, дебіторська заборгованість, інші оборотні кошти).
3. за принципом формування
  - нормовані оборотні кошти;
  - ненормовані оборотні кошти.
4. за джерелом формування
  - власні;
  - позикові.

### **3. Нормування оборотних коштів.**

#### **Методи розрахунку нормативів оборотних коштів.**

Норматив оборотних коштів – мінімальна сума грошових коштів, яка постійно необхідна для виробничої діяльності.

Нормування оборотних коштів здійснюється по кожному виду оборотних коштів за нормами запасу.

Норми запасу вимірюються

- у днях (по матеріалах, паливу, запасним частинам)
- грошових одиницях на одного робітника (мбп)
- натуральних одиницях на одну одиницю (тис кв м, 100 квартир – матеріали для ремонту дому)

Нормативи оборотних коштів вимірюються у грошовому виразі за формулою

$$H = N * B, \quad (3.32)$$

де N – норма оборотних коштів;

B – одноденні витрати.

Відомі три методи розрахунку нормативів оборотних коштів:

- аналітичний
- метод коефіцієнтів
- прямого рахунку

Аналітичний метод передбачає ретельний аналіз наявних товарно-матеріальних цінностей з наступним коригуванням фактичних запасів та вилученням з них надлишкових.

Метод коефіцієнтів 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.

#### Норматив оборотних коштів у виробничих запасах.

Норматив оборотних коштів у виробничих запасах, що їх відносять до оборотних фондів, визначається множенням середньодобового споживання матеріалів у вартісному виразі на норму їхнього запасу в днях.

. На підприємствах існує кілька видів запасів:

- транспортний
- підготовчий (технологічний)
- поточний
- резервний (страховий)

1. У транспортний запас, що звичайно не перевищує двох днів, оборотні кошти вкладаються на період з моменту оплати виставленого постачальником рахунку до прибуття вантажу на склад підприємства.

2. Підготовчий запас створюється на період часу, необхідного для приймання, складування та підготовки до виробничого використання матеріальних ресурсів.

3. Найбільший за розміром є поточний запас сировини (матеріалів) та інших елементів оборотних фондів (предметів праці);

Його обчислюють у межах половини середнього інтервалу між поставками певних видів матеріальних ресурсів (наприклад, за умовами договору між

постачальником і споживачем передбачене надходження матеріалів один раз на місяць, то їхній поточний запас має забезпечувати 15 днів роботи).

4. Визначення резервного (страхового) запасу може здійснюватись двома способами :

- за середнім відхиленням фактичних строків поставки від передбачених договором
- за періодом, необхідним для термінового оформлення замовлення та доставки матеріалів від виробника до споживача.

#### Норматив власних оборотних коштів у виробничих запасах

##### 1. Паливо

Норматив за цим елементом розраховується для всіх видів палива, які використовуються на підприємстві, крім газу, за формулою:

$$H_{\text{пал}} = N * (V_{\text{дн}}^{\text{пал}} - V_{\text{дн}}^{\text{газ}}), \quad (3.33)$$

$$N = N_{\text{трансп}} + N_{\text{підг}} + N_{\text{пот}} + N_{\text{рез}}. \quad (3.34)$$

##### 2. Матеріали

При нормуванні матеріалів оборотні кошти поділяють на дві групи:

А) Основні матеріали та матеріали, які мають у вартості продукції питому вагу 70-80 %. Норматив розраховують методом прямого рахунку, по кожному виду матеріалів з урахуванням норми запасу та одноденних витрат матеріалів.

$$H_{\text{мат}} = N * V_{\text{одн}}. \quad (3.35)$$

Б) Для другої групи норматив оборотних коштів розраховують аналітичним способом на підставі фактичних даних за звітний період.

$$N = Z^{\text{зв}} / V^{\text{зв}}. \quad (3.36)$$

де  $Z^{\text{зв}}$  – середній залишок матеріалів у звітному періоді;

$V$  – одноденні витрати.

##### 3. Запасні частини

Розраховується методом прямого рахунку для деталей, які мають значну питому вагу в устаткуванні.

$$N_{з.ч.} = N_{з.ч.} * (n_m * n_d * k * Ц) / T_{т.с.}, \quad (3.37)$$

де  $N_m$  – кількість механізмів, які мають запасні частини даного виду;

$N_d$  – кількість деталей в одному механізмі;

$K$  – коефіцієнт, що враховує пониження потреби в запасних частинах по однорідних деталях у зв'язку з тим, що при наявності великої кількості взаємозамінюваних та одноіменних деталей і однотипних механізмів потреби в поточних залишках запасних частин знижуються;

$Ц$  – ціна однієї деталі;

$T$  – строк служби деталей.

#### 4. Малоцінні і швидкозношувані предмети

Норматив для цієї групи розраховується за формулою:

$$N_{мбп} = N_{мбп} * Ч, \quad (3.38)$$

$$N = (B_{зв} - Z_{нос}) / Ч, \quad (3.39)$$

де  $N_{мбп}$  – норма запасу МШП, у гривнях на 1 робітника;

$Ч$  – середньооблікова чисельність робітників;

$B_{зв}$  – фактична вартість МШП у звітному періоді;

$Z_{нос}$  – знос МШП.

#### Норматив оборотних коштів у незавершеному виробництві

Норматив оборотних коштів у незавершеному виробництві можна визначити за формулою:

$$N_{ок_{нв}} = V_d * T_{ц} * K_{нв}, \quad (3.40)$$

де  $V_d$  – середньодобовий випуск продукції за її виробничою собівартістю;

$T_{ц}$  – середня тривалість виробничого циклу у днях;

$K_{нв}$  – коефіцієнт наростання витрат (собівартість незавершеного виробництва).

### Норматив оборотних коштів у інших нормованих елементах.

#### 1. Витратах майбутніх періодів

Розраховується, виходячи з залишку коштів на початок періоду та суми витрат протягом розрахункового періоду з відрахунком величини наступного погашення витрат за рахунок собівартості продукції.

$$H_{\text{мп}} = V_{\text{поч}} + V_{\text{пл}} - V_{\text{пог.пл}}, \quad (3.41)$$

де  $V_{\text{поч}}$  – залишки коштів на початок періоду;

$V_{\text{пл}}$  – сума витрат, які слід буде зробити в плановому році;

$V_{\text{пог.пл}}$  – сума майбутнього погашення витрат за рахунок собівартості продукції.

#### 2. Готова продукція

$$H_{\text{гп}} = V_{\text{д}} * Z_{\text{дн}}, \quad (3.42)$$

де  $V_{\text{д}}$  – одноденний випуск продукції за виробничою собівартістю;

$Z_{\text{дн}}$  – норма запасу готової продукції в днях.

#### 3. Розрахунки зі споживачами

Комунальні підприємства авансують впродовж пільгового періоду своїх абонентів на суму одноденних доходів.

$$H_{\text{аб}} = N_{\text{л}} * Q_{\text{одн}}, \quad (3.43)$$

де  $N_{\text{л}}$  – сума пільгового строку сплати за спожиту продукцію, дн;

$Q_{\text{одн}}$  – одноденний обсяг реалізованої продукції.

### **4. Ефективність використання оборотних коштів**

Ефективність використання оборотних коштів характеризується швидкістю їхнього обертання, оборотністю.

Коефіцієнт оборотності оборотних коштів показує кількість оборотів за рік і визначається відношенням реалізованої за рік продукції (РП) до середньорічного залишку нормованих оборотних коштів ( $C_{\text{зал}}$ ):

$$K_{\text{об}} = \text{РП} / C_{\text{зал, оборотів}} \quad (3.44)$$

Коефіцієнт завантаження оборотних коштів - величина, обернена коефіцієнту оборотності:

$$K_{\text{зав}} = C_{\text{зал}} / \text{РП.} \quad (3.45)$$

Цей коефіцієнт показує, скільки оборотних коштів підприємства припадає на одну гривню реалізованої продукції.

Тривалість обороту оборотних коштів показує тривалість одного обороту оборотних коштів в днях і визначається:

$$T_{\text{об}} = T / K_{\text{об}}, \quad (3.46)$$

де  $T$  – період (360,90,30 днів)

Для характеристики економічної ефективності використання оборотних коштів може застосовуватися показник їхньої рентабельності, обчислюваний як відношення прибутку підприємства до суми його оборотних коштів.

З поміж заходів для підвищення ефективності використання оборотних коштів чинне місце належить

1. оптимізації запасів ресурсів і незавершеного виробництва
2. скороченню тривалості виробничого циклу
3. поліпшенню організації матеріально-технічного забезпечення
4. прискоренню реалізації товарної продукції.

### **Запитання та завдання для самоконтролю**

1. Охарактеризуйте поняття «оборотний капітал підприємства»
2. Яке призначення оборотного капіталу у діяльності підприємства
3. Які є джерела формування оборотного капіталу?
4. Яким чином джерела формування оборотного капіталу впливають на забезпеченість підприємств?
5. Дайте оцінку ефективності використання оборотного капіталу
6. У чому полягає сутність поняття «Оборотність оборотних коштів»?

## 3.5 Нематеріальні ресурси та активи

### Питання для теоретичної підготовки

1. Нематеріальні ресурси. Поняття та види.
2. Нематеріальні активи
3. Оцінка вартості нематеріальних активів

### Ключові терміни і поняття

*Нематеріальні ресурси*

*Нематеріальні активи*

*Інтелектуальна власність*

*Авторські права*

*Об'єкти промислової власності*

*Комерційна таємниця*

*Ноу-хау*

*Ліцензійна угода*

*Вартість нематеріальних активів*

### 1. Нематеріальні ресурси. Поняття та види.

Нематеріальні ресурси – це складова частина потенціалу підприємства, здатна забезпечувати економічну користь протягом відносно тривалого періоду. Відмінними рисами цих ресурсів є брак матеріальної основи здобування доходів та невизначеність розмірів майбутнього прибутку від їхнього використання.

Поняття “нематеріальні ресурси” використовується для характеристики сукупності об'єктів інтелектуальної власності.

Інтелектуальна власність – це юридична категорія, яка застосовується для визначення результатів творчої праці людини.





Рис. 3.8 Нематеріальні ресурси підприємства.

### 1. Об'єкти промислової власності:

Винахід – це результат творчої діяльності людини в будь-якій галузі технології. Об'єктами винаходу можуть бути продукт і спосіб.

Корисна модель – це результат творчої діяльності людини, об'єктом якої може бути конструктивне вирішення пристрою або його складових частин.

Промисловий зразок – результат творчої діяльності людини в галузі художнього конструювання. Об'єктом такої діяльності може бути форма, малюнок, кольори або їхнє поєднання, що визначають зовнішній вигляд промислового виробу і призначені для задоволення естетичних та ергономічних потреб.

Знаки для товарів та послуг (товарні знаки) – оригінальні позначення, за допомогою яких товари та послуги одних осіб відрізняють від однорідних товарів і послуг інших осіб.

Зазначення походження товару – це словесне чи графічне позначення місця походження товару.

Фірмове найменування – це стале позначення підприємства або окремої особи, від імені якої здійснюється виробнича або інша діяльність.

Недобросовісна конкуренція – будь-які дії в конкуренції, що суперечать правилам, торговим та іншим чесним звичаям у підприємницькій діяльності.

## 2. Об'єкти, що охороняються авторським правом та суміжними правами:

Твори в галузі науки, літератури, мистецтва – у будь якій формі (письмовій, усній, образотворчій (ілюстрації, картини), об'ємно-просторовій (скульптури, моделі), в інших).

Комп'ютерна програма – об'єктивна форма подання сукупності даних та команд, призначених для забезпечення функціонування електронних обчислювальних машин.

База даних – сукупність даних, матеріалів або творів, систематизованих у формі, яку читає машина.

Топологія інтегральних мікросхем – зафіксоване на матеріальному носії просторово-геометричне розташування сукупності елементів інтегральної мікросхеми та зв'язків між ними.

## 3. Нетрадиційні об'єкти інтелектуальної власності:

Раціоналізаторська пропозиція – це технічне вирішення, яке є новим і корисним для підприємства, до якого воно подано.

Ноу-хау – не захищені охоронними документами та не оприлюднені знання чи досвід технічного, виробничого, управлінського, комерційного, фінансового чи іншого характеру, що можуть бути використані в наукових дослідженнях та розробках.

Комерційна таємниця – це відомості, безпосередньо пов'язані з діяльністю підприємства, які не є державними таємницями і розголошення яких може завдати шкоди інтересам підприємства.

## **2. Нематеріальні активи.**

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 отриманням доходу.

До нематеріальних активів включають:

А) права, що з`являються внаслідок володіння підприємством:

- патентами на винаходи, корисні моделі, промислові зразки;
- свідоцтвами на знаки для товарів та послуг, найменування місця

походження товару, фірмове найменування;

Б) права, що виникають унаслідок володіння підприємством об`єктами авторського права (твори науки, літератури, мистецтва, комп`ютерні програми, бази даних);

В) права на використання створених на підприємстві нетрадиційних об`єктів інтелектуальної власності (раціоналізаторських пропозицій, ноу-хау, комерційних таємниць);

Г) права на користування земельними ділянками та природними ресурсами;

Д) монопільні права та привілеї на використання рідкісних ресурсів, включаючи ліцензії на здійснення певних видів діяльності;

Ж) організаційні витрати на створення підприємства;

З) права, що з`являються внаслідок укладених підприємством з іншими організаціями ліцензійних угод на використання об`єктів інтелектуальної власності.

Право власності на винаходи, корисні моделі та промислові зразки засвідчується патентами.

Патентом називається виданий державним органом охоронний документ, який підтверджує право його власника на відповідний об`єкт промислової власності.

Правова охорона знаків для товарів і послуг, зазначення походження товару та фірмового найменування здійснюється на підставі їхньої державної реєстрації. На зареєстрований знак для товарів і послуг (зазначення походження товару, фірмове найменування) видається свідоцтво, яке засвідчує його пріоритет.

“Ноу-хау”, раціоналізаторські пропозиції, які є власністю підприємства не потребують спеціального правового захисту. Порядок їх захисту визначає керівництво підприємства.

Інші нематеріальні активи не мають спеціального правового захисту, тобто їх власники мають виключне право на їх використання.

Реалізація права власності на нематеріальні ресурси можлива або через їхнє використання самим власником, або наданням з його дозволу такого права іншій заінтересованій стороні. Така передача права використання здійснюється у формі ліцензійної угоди.

Ліцензія – дозвіл використовувати технічне досягнення або інший нематеріальний ресурс протягом певного строку за обумовлену винагороду.

Ліцензійна угода – це договір, згідно з яким власник винаходу, промислового зразка, корисної моделі тощо (ліцензіар) передає іншій стороні (ліцензіату) ліцензію на використання в певних межах своїх прав на патенти, “ноу-хау”, товарні знаки тощо.

### **3. Оцінка вартості нематеріальних активів.**

Оцінка вартості нематеріальних активів проводиться в певній послідовності і включає такі етапи:

1. обстеження нематеріальних активів
2. правова експертиза
3. з'ясування типу вартості, що визначається, і вибір відповідного методу (методів) оцінки вартості
4. формування інформаційної бази для проведення оцінки
5. розрахунки вартості нематеріальних активів за вибраними методами
6. підготовка звіту про оцінку

Дуже поширеним є витратний підхід, який полягає у розрахунку витрат на відтворення нематеріальних активів.

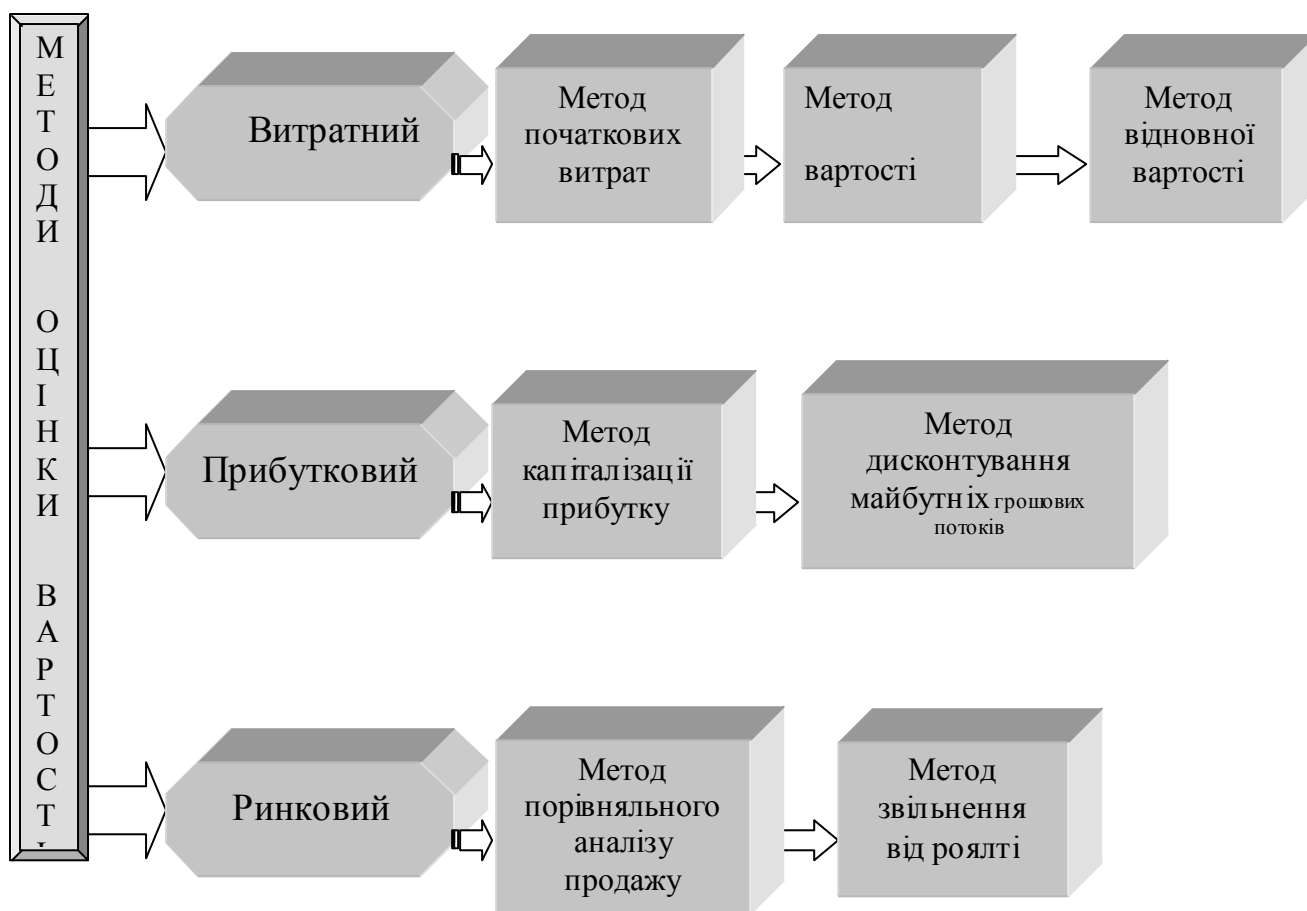


Рис. 3.9 Методи оцінки вартості нематеріальних активів

За методом початкових витрат вартість нематеріальних активів визначається за бухгалтерською звітністю підприємства за кілька останніх років. При цьому увага звертається на величину таких витрат і термін створення активів. Реалізація методу початкових витрат передбачає такі кроки:

- виявляються всі фактичні витрати, пов'язані зі створенням, придбанням або запровадженням об'єкта інтелектуальної власності;
- витрати коригуються на величину індексу цін на день оцінки;
- визначається нарахована величина амортизації об'єкта інтелектуальної власності;
- вартість об'єкта інтелектуальної власності визначається як різниця між величиною витрат, що коригувалися, і нарахованою амортизацією.

Ідея методу вартості заміщення полягає в тому, що максимальна вартість певного нематеріального активу визначається мінімальною ціною, яку

необхідно заплатити за придбання активу аналогічної корисності або аналогічної споживчої вартості.

За методом відновної вартості відновна вартість активу визначається як сума витрат, необхідних для створення нової точної копії оцінюваного активу в сучасних цінах.

Прибутковий підхід виходить із передбачення, що економічна цінність конкретного активу на поточний момент обумовлена розміром доходів, які сподіваються отримати з цього активу в майбутньому. Тобто, вартість об'єкта може бути визначена як його здатність давати прибуток у майбутньому.

За методом капіталізації прибутків оцінка складається з таких етапів:

- виявлення джерел і розмірів чистого прибутку, що його дає відповідний актив;
- визначення ставки капіталізації чистого прибутку;
- розрахунок вартості активу діленням чистого прибутку на ставку капіталізації.

Метод дисконтування майбутніх грошових потоків передбачає:

- оцінку майбутніх грошових потоків, що становлять чистий прибуток від використання об'єкта інтелектуальної власності і величину амортизації цього об'єкта;
- визначення ставки дисконтування;
- розрахунки сумарної поточної вартості майбутніх прибутків;
- додавання до отриманого результату вартості об'єкта інтелектуальної власності, приведеної до поточного періоду.

Ринковий підхід до оцінки вартості нематеріальних активів реалізується за допомогою методу порівняльного аналізу.

Метод порівняльного аналізу продажу передбачає порівняння об'єкта інтелектуальної власності, що оцінюється, з вартістю аналогічних об'єктів, які були реалізовані на ринку.

За методом звільнення від роялті вартість активів визначається на підставі умовного припущення, що вся інтелектуальна власність, яка

використовується підприємством, йому не належить. Тоді частину виручки підприємство мало було б виплачувати у вигляді винагороди (роялті) власникам цієї інтелектуальної власності. Насправді цю частину підприємство залишає собі. Цю частину виручки вважають додатковим прибутком, який створюється даним нематеріальним активом.

Нематеріальні активи підлягають амортизації. Норму амортизаційних відрахувань установлює підприємство залежно від строку використання окремого виду нематеріальних активів. Стосовно до нематеріальних активів, щодо яких неможливо встановити період використання, норма амортизації визначається в розрахунку на 10 років, тобто 10 %.

### **Запитання та завдання для самоконтролю**

1. Яку роль відіграють нематеріальні ресурси в системі функціонування підприємств?
2. Охарактеризуйте особливості та призначення окремих об'єктів інтелектуальної власності?
3. Порівняйте нетрадиційні об'єкти інтелектуальної власності з іншими об'єктами інтелектуальної власності
4. Визначте сутність нематеріальних активів та відемні характеристики нематеріальних ресурсів
5. Які застосовуються підходи та методи оцінки нематеріальних активів підприємства?

## **3.6 Трудові ресурси та стимулювання праці робітників**

### **Питання для теоретичної підготовки**

1. Персонал підприємства. Склад та структура
2. Чисельність окремих категорій працівників
3. Кадрова політика підприємства
4. Економічна сутність продуктивності праці та методи її вимірювання
4. Організація оплати праці персоналу

### **Ключові терміни і поняття**

*Людські ресурси, трудові ресурси*

*Персонал*

*Службовці, спеціалісти*

*Чисельність персоналу*

*Явочна, середньооблікова чисельність персоналу*

*Кваліфікація, професія, спеціальність*

*Продуктивність праці, заробітна плата*

*Фонд оплати праці*

### **1. Персонал підприємства. Склад та структура.**

Людські ресурси – специфічний і найважливіший з усіх видів економічних ресурсів підприємства.

Для означення людських ресурсів підприємства використовують терміни «працівники», «співробітники», «персонал», «кадри», «трудоий колектив».

Трудові ресурси – це частина працездатного населення, що за своїми віковими, фізичними, освітніми даними відповідає певній сфері діяльності.

Трудові ресурси можуть бути

- реальним (ті люди, які вже працюють)
- потенційні (ті, що колись можуть бути залучені до конкретної праці).

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



Персонал – це основний штатний склад працівників підприємства, що володіють необхідною кваліфікацією і виконують різноманітні виробничо-господарські функції.

Він характеризується як кількісними, так і якісними показниками, що розглядаються і в статистиці, і в динаміці.

Чисельність персоналу визначається характером, масштабами, складністю, трудомісткістю виробничих процесів, ступенем їх механізації.

Потреба в персоналі визначається обсягом робіт і рівнем продуктивності праці. Планування продуктивності праці дає можливість встановити рівень, темпи й фактори її зростання, а також співвідношення збільшення продуктивності праці і зарплати.

Персонал підприємства поділяють на

- персонал основної діяльності
- персонал неосновної діяльності

В залежності від виконуваних функцій весь персонал підприємства поділяють на чотири категорії:

1. робітники
2. службовці
3. спеціалісти
4. керівники

Робітники – це персонал, безпосередньо зайнятий у процесі створення матеріальних цінностей, а також зайнятий ремонтом, переміщенням вантажів, перевезенням пасажирів, наданням матеріальних послуг та ін.

Робітники в залежності від відношення до процесу створення продукції поділяються на

- основні (які безпосередньо беруть участь у процесі виготовлення продукції або надання послуг)
- допоміжні (які виконують функцію обслуговування основного виробництва)

Службовці – це працівники, що здійснюють підготовку і оформлення документації, господарське обслуговування, облік і контроль.

Спеціалісти – це працівники, які займаються інженерно-технічними, економічними та іншими роботами.

Керівники – це працівники, що обіймають посади керівників підприємства та його структурних підрозділів.

Важливою є класифікація персоналу за професіями, спеціальностями, кваліфікацією.

Професія – це комплекс спеціальних теоретичних знань і практичних навичок, що набуваються людиною в результаті спеціальної професійної підготовки та досвіду роботи в певній галузі і дають змогу здійснювати відповідальний вид діяльності.

У межах кожної професії в результаті поділу праці виділяються спеціальності – різновиди трудової діяльності.

Професія характеризує вид трудової діяльності, спеціальність виділяється в межах певної професії і характеризує відносно вузький вид робіт. Кваліфікація характеризує якість, складність праці і є сукупністю спеціальних знань і навиків, які визначають ступінь підготовленості працівника до виконання професійних функцій обумовленої складності.

За рівнем кваліфікації робітники поділяються на чотири групи:

- висококваліфіковані (особливо складні та відповідальні роботи)
- кваліфіковані (складні роботи)
- малокваліфіковані (нескладні роботи)
- некваліфіковані (допоміжні та обслуговуючі роботи).

Кваліфікація працівника визначається такими чинниками:

- загальноосвітня і спеціальна підготовка,
- досвід роботи.

Кількісними показниками рівня кваліфікації є розряди або класи, категорії, наукові ступені і вчені звання.

Якісним показником кваліфікації є компетентність, тобто рівень загальної та професійної підготовки, що доє змогу адекватно реагувати на вимоги конкретного робочого місця чи виконуваної роботи, які постійно змінюються.

## 2. Чисельність окремих категорій працівників.

Завданням планування чисельності персоналу є визначення потреби у всіх категоріях працівників, потрібних для забезпечення безперебійного виробничого процесу й виконання виробничих планів. При цьому треба забезпечити раціональне використання трудових ресурсів, оптимальне співвідношення різних категорій персоналу. Для цього розрахунки необхідно здійснювати за категоріями персоналу.

Усіх працівників підприємства розподіляють на дві групи:

- 1) персонал основної діяльності (промислово-виробничий персонал);
- 2) персонал неосновної діяльності (непромислових організацій, які перебувають на балансі підприємства).

Такий розподіл викликається потребою розрахунків показників заробітної плати, узгодження трудових показників з вимірниками результатів виробничої діяльності (для визначення продуктивності праці враховують тільки чисельність промислово-виробничого персоналу).

Загальну планову чисельність працівників визначають як суму чисельності промислово-виробничого персоналу й персоналу, зайнятого у непромислових господарствах та організаціях підприємства.

Під час планування чисельності працівників підприємства розрізняють явочну, облікову та середньооблікову чисельність.

Управління трудовими ресурсами підприємства потребує обов'язкового формування системи оцінки трудового потенціалу підприємства. Слід розрізняти такі види чисельності працюючих:

- явочна;
- облікова;
- середньооблікова.

Явочна чисельність – кількість працівників, що з'явилися на робочі місця у визначену дату.

Облікова чисельність – кількість всіх постійних, тимчасових і сезонних працівників, котрих прийнято на роботу терміном на один і більше днів

незалежно від того, перебувають вони на роботі, знаходяться у відпустках, відрядженнях, на лікарняному листку тощо.

Середньооблікова чисельність – кількість працівників за певний період, яка визначається як сума середньомісячної чисельності поділена на кількість місяців у розрахунковому періоді.

Різниця між обліковою та явочною чисельністю характеризує резерв (в основному робітників), що має використовуватись для заміни тих, хто не виходить на роботу з поважних причин.

З огляду на можливості впливу на діяльність підприємства всі чинники зростання продуктивності праці можна поділити на зовнішні та внутрішні.

До зовнішніх чинників належать ті, що об'єктивно перебувають поза контролем підприємства (законодавство, політика, ринкова інфраструктура, природні ресурси). Ураховуючи їх, можна ґрунтовніше виробляти стратегію щодо продуктивності праці на перспективний період.

До внутрішніх чинників належать ті, на які підприємство може впливати безпосередньо (характер продукції, технологічні процеси, матеріали, енергія, персонал, організація виробництва та праці, система мотивації тощо).

З метою планування продуктивності праці ці чинники можна об'єднати в такі групи:

- підвищення науково-технологічного рівня виробництва;
- удосконалення організації виробництва, праці й управління;
- зміна обсягу та структури продукції, що випускається;
- інші фактори.

Кількість чинників, які враховують під час планування продуктивності праці, та їхній зміст залежать від галузевої специфіки підприємства, особливостей здійснюваних заходів. Вплив чинників на продуктивність праці в даному методі планування визначають на підставі розрахунку умовного вивільнення чисельності працівників.

На підприємствах найчастіше розраховують чисельність промислово-виробничого персоналу на плановий період методом коректування базової чисельності:

$$Ч_{пл} = [(Ч_{б} * \Delta V) / 100] \pm \Delta Ч, \quad (3.47)$$

де  $Ч_{пл}$  – чисельність промислово-виробничого персоналу, що необхідна для забезпечення планового обсягу виробництва;

$Ч_{б}$  – базова (очікувана) чисельність;

$\Delta V$  – плановий темп зростання обсягу виробництва продукції;

$\Delta Ч$  – сумарна зміна чисельності за пофакторним розрахунком можливого зростання продуктивності праці.

Чисельність робітників, що зайняті на роботах, які нормуються, розраховується за формулою:

$$Ч^{PH}_{пл} = (\sum t_i * m_i) / (T_{рп} * K_{вн}), \quad (3.48)$$

де  $t_i$  – планова трудомісткість одиниці виробу або послуги;

$m_i$  – кількість виробів (послуг);

$n$  – кількість видів виготовлюваних одиниць продукції або послуг;

$T_{рп}$  – розрахунковий ефективний фонд часу одного працівника;

$K_{вн}$  – очікуваний коефіцієнт виконання норм.

Чисельність основних робітників, зайнятих на ненормованих роботах розраховується за нормами обслуговування:

$$Ч^{oc}_{пл} = (m_o * П_{зм} * K_{го}) / Н_{об}, \quad (3.49)$$

де  $m_o$  – кількість об'єктів, що обслуговуються;

$П_{зм}$  – кількість змін роботи на добу;

$K_{го}$  – коефіцієнт переводу явочної чисельності в облікову;

$Н_{об}$  – норма обслуговування одного об'єкту – кількість об'єктів на одного робітника.

$$K_{го} = 100 / (100 - f), \quad (3.50)$$

де  $f$  – плановий процент невиходів робітників на роботу.

Чисельність допоміжних робітників, для яких неможливо встановити норми обслуговування та розрахувати трудомісткість робіт

$$Ч_{пл}^д = П_{рм} * П_{зм} * К_{го}, \quad (3.51)$$

де  $П_{рм}$  – кількість робочих місць.

Чисельність працівників управління спеціалістів, службовців розраховується за кожною функцією методом прямого нормування.

За встановленням чисельності управлінського персоналу керуються типовими штатними розкладами.

### **3. Кадрова політика підприємства.**

Під кадровою політикою розуміють систему політичних поглядів, ідей, принципів, які визначають основні напрями роботи з персоналом, її форми і методи.

Кадрова політика розробляється власниками підприємства, вищим керівництвом, кадровими службами для визначення генерального напрямку і засад роботи з кадрами, загальних і специфічних вимог до них.

Основними цілями кадрової політики є :

- своєчасне забезпечення організації персоналом необхідної якості й у достатній кількості;
- забезпечення умов реалізації передбачених трудовим законодавством прав і обов'язків громадян;
- раціональне використання трудового потенціалу;
- формування і підтримання ефективної роботи трудових колективів.

Основні різновиди кадрової політики:

1. політика добору кадрів
2. політика профнавчання
3. політика праці
4. політика формування кадрових процедур, політика соціальних відносин.

Загальними принципами кадрової політики для більшості підприємств є:

- справедливість
- послідовність
- дотримання трудового законодавства
- рівність
- відсутність дискримінації.

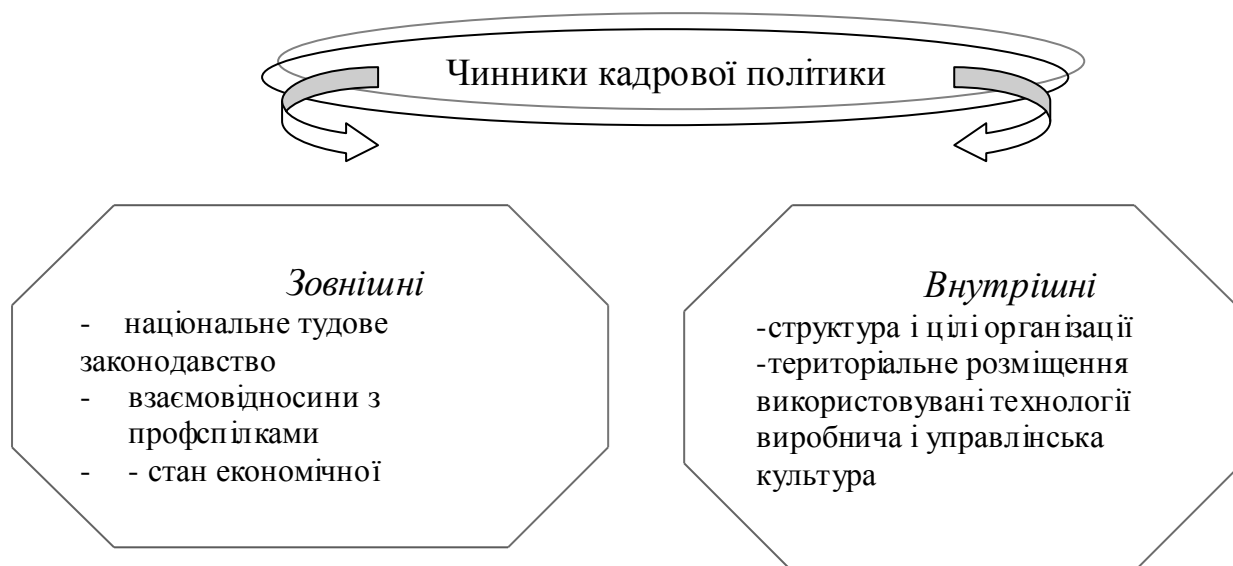


Рис. 3.10 Склад кадрової політики підприємства

#### **4 .Економічна сутність продуктивності праці та методи її вимірювання.**

Продуктивність праці – це виготовлення продукції (послуг) одиницею виробництва за певний період, або кількість затраченої праці на виготовлення одиниці продукції.

Продуктивність індивідуальної праці – продуктивність конкретної живої праці і вимірюється кількістю продукції (послуг), яка виробляється за одиницю часу (виробіток), чи кількістю робочого часу, яка витрачена на виготовлення продукції (трудомісткість).

Продуктивність загальної праці – відношення виробленого за розрахунковий період (в основному за рік) національного валового доходу до кількості працівників, зайнятих у сфері виробництва.

Рівень продуктивності праці визначається через прямі та обернені показники.

До прямих показників належить виробіток продукції (послуг), безпосередньо продуктивність праці. Продуктивність праці визначається у натуральних, вартісних і нормативних показниках.

До обернених показників належить трудомісткість, яка поділяється на планову, фактичну і нормативну.

Методи вимірювання продуктивності праці:

1. Визначення продуктивності праці в натуральних показниках.

Продуктивність окремого працівника:

$$\text{ПП}_{\text{нат. ок.}} = Q / \text{Ч}_{\text{об}}, \quad (3.52)$$

де  $Q$  – кількість виробленої продукції (послуг) в натуральних одиницях по підприємству або його структурному підрозділу;

$\text{Ч}_{\text{об}}$  – середньооблікова чисельність працюючих на підприємстві.

Продуктивність устаткування:

$$\text{ПП}_{\text{нат. ус.}} = Q / A_{\text{об}}, \quad (3.53)$$

де  $A_{\text{об}}$  – облікова чисельність того устаткування, яке має найбільшу питому вагу на цьому підприємстві.

Продуктивність підприємства:

$$\text{ПП}_{\text{нат. під}} = Q / T, \quad (3.54)$$

де  $T$  – час, витрачений на виготовлення всього обсягу продукції.

1. Визначення продуктивність праці у вартісних показниках.

За цим методом

$$\text{ПП}_{\text{в. ок.}} = \text{ВД} / \text{Ч}_{\text{об.}}, \quad (3.55)$$

$$\text{ПП}_{\text{в. ус.}} = \text{ВД} / A_{\text{об.}}, \quad (3.56)$$

$$\text{ПП}_{\text{в. під.}} = \text{ВД} / T, \quad (3.57)$$

де  $\text{ВД}$  – загальний обсяг випущеної підприємством продукції (послуг) у вартісних одиницях.

2. Визначення продуктивності праці в нормативних одиницях.

$$\text{ПП}_{\text{н}} = \sum T_{\text{норм. год}} / T_{\text{ф}}, \quad (3.58)$$

де  $\sum T_{\text{норм. год}}$  - сумарний обсяг виконаної роботи;

$T_{\text{ф}}$  – фактично відпрацьований час у людино-годинах на підприємстві.



## 5. Організація оплати праці персоналу

Ефективність функціонування та соціальний розвиток підприємств забезпечується формуванням індивідуальних і колективних матеріальних стимулів, основною формою реалізації яких є оплата праці.

Дієвість оплати праці забезпечується:

- встановленням норм оплати праці на рівні, який забезпечує відтворення робочої сили відповідної кваліфікації, спонукає кожного найманого працівника до ефективної роботи, що гарантує власнику отримання необхідного результату господарської діяльності;

- диференціацією рівня заробітної плати за кваліфікацією, важливістю та складністю трудових завдань;

- однаковою оплатою за однакову роботу.

Практична організація оплати праці ґрунтується на поєднанні державного й договірної регулювання оплати праці.

Державна політика оплати праці реалізується через:

- механізм встановлення мінімальної заробітної плати; інших державних норм і гарантій щодо оплати за роботу у святкові та вихідні дні та за час виконання державних обов'язків тощо:

- умови визначення частини доходу, що спрямовується на оплату праці;

- міжгалузеві співвідношення в оплаті праці;

- рівень оподаткування підприємств і доходів працівників.

Конкретна реалізація політики оплати праці здійснюється на підставі укладання генеральної, галузевої та виробничої тарифних угод. Предметом тарифної угоди на виробничому рівні є:

- форми й системи оплати праці, що застосовуються для різних категорій і груп працівників;

- мінімальні тарифні ставки, диференційовані за видами (типами) виробництв;

- розміри тарифних ставок за розрядами робіт і посадових окладів відповідних працівників;

- види й розміри доплат і надбавок, премій та інших виплат.

Для оцінювання розміру заробітної плати найманих працівників застосовують показник фонду оплати праці. До фонду оплати праці належать нарахування найманим працівникам у грошовій та натуральній формах (оцінені в грошовому виразі) за відпрацьований та невідпрацьований час, який підлягає оплаті, або за виконану роботу незалежно від джерел фінансування цих витрат.

Фонд оплати праці складається з фонду основної та фонду додаткової заробітної плати, а також інших заохочувальних і компенсаційних виплат.

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.

У фонд оплати праці входять 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 та ін.)

Планування оплати праці охоплює розрахунки фондів оплати й середньої заробітної плати всіх працівників і за категоріями персоналу.

Вихідними даними для визначення фонду оплати праці є:

- стратегічні цілі щодо підвищення матеріального добробуту працівників;
- матеріали аналізу фонду оплати праці;
- виробнича програма та її трудомісткість;
- склад і рівень кваліфікації працівників;
- тарифна система;

- штатний розклад;
- законодавчі акти щодо праці, які регулюють оплату праці.

Показником рівня і динаміки оплати праці працівників є середня заробітна плата. Тому під час планування фонду оплати праці треба розрахувати середню заробітну плату працівників за різними категоріями.

Середню заробітну плату одного працівника обчислюють діленням фонду оплати праці працівників на середньооблікову кількість цих працівників за відповідний період (місяць, квартал, півріччя, рік).

Середню заробітну плату за категоріями персоналу визначають аналогічно. Для робітників розраховують:

- середньогодинну заробітну плату — діленням планового фонду годинної заробітної плати на заплановану кількість людино-годин роботи;
- середньоденну заробітну плату — діленням планового денного фонду заробітної плати на заплановану кількість людино-днів роботи.

### **Запитання та завдання для самоконтролю**

1. Охарактеризуйте поняття трудові ресурси і персонал
2. Поясніть різницю між професією, спеціальністю і кваліфікацією
3. Якими показниками характеризується кваліфікація працівника?
4. Як розраховуються різні види структури персоналу?
5. Яке значення для підприємства має підвищення кваліфікації працівників і рівня їх використання?
6. Охарактеризуйте основні підходи до формування кадрової політики підприємства
7. Які показники впливають на кадрову політику підприємства? Поясніть основні цілі кадрової політики підприємства

## **3.7 Технічний прогрес та розвиток підприємства**

### **Питання для теоретичної підготовки**

1. Технічний та організаційний розвиток підприємства
2. Визначення технічного та організаційного розвитку підприємства

### **Ключові терміни і поняття**

*Розвиток підприємства*

*Науковий прогрес*

*Техніко-технологічний рівень*

### **1. Технічний та організаційний розвиток підприємства**

Розвиток підприємства у тривалій перспективі, забезпечення його конкурентоспроможності в умовах посилення ринкової боротьби неможливі без цілеспрямованого формування адекватного техніко-технологічного й організаційного рівня компанії. Водночас реалізація стратегічних планів, спрямованих на досягнення довгострокових цілей компанії, полягає в розробленні та впровадженні відповідних продуктових, технічних, технологічних, організаційних та інших інновацій. Отже, планування організаційно-технічного розвитку (ОТР) підприємства безпосередньо пов'язане з його інноваційною діяльністю, а результати останньої знаходять своє відображення в організаційно-технічному рівні виробництва.

Інновації — це процес впровадження, реалізації або використання новацій у діяльності організацій, підприємств. Інноваційна діяльність — це комплекс дій, спрямованих на втілення результатів наукових досліджень у нових продуктах, технологіях, устаткуванні, організаційних рішеннях тощо. Вище керівництво компанії має визначити власну інноваційну політику — проактивну (яка випереджає можливі зміни в галузі чи дії конкурентів) чи реактивну (що реагує на зміни чи дії конкурентів) та стратегію — інноваційного лідера чи послідовника. Від цього залежить організація інноваційної діяльності підприємства, яка може

здійснюватися власними підрозділами чи шляхом участі підприємства в наукових організаційних структурах, або ж полягати в придбанні інновацій на стороні.

Для цього на підприємствах створюють підрозділи, що координують та здійснюють інноваційну діяльність, а саме:

- науково-технічні ради в межах усієї компанії (визначають напрями інноваційної діяльності);
- відділи розроблення нової продукції;
- відділи науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР);
- тимчасові творчі науково-технічні колективи, групи;
- координаційні та робочі групи для участі в бізнес-інкубаторах, технопарках, технополісах.

Останнім часом у компаніях з'являються так звані департаменти (відділи) розвитку, які відповідають, у тому числі, і за організацію та результати інноваційної діяльності.

Серед розмаїття можливих інновацій у контексті ОТР варто насамперед звернути увагу на технологічні, що пов'язані з методами виробництва, та нетехнологічні, які стосуються організаційно-управлінських та фінансово-економічних аспектів діяльності підприємства. Інновації можуть бути стратегічного або тактичного спрямування, принципово новими (базовими) чи поліпшувальними. Останнім часом виокремлюють техно-інновації, що спрямовані на підвищення техніко-технологічного рівня підприємства, та бізнес-інновації, що стосуються нових технологій ведення бізнесу (економічні, фінансові, структурні, організаційні). Тож, інновації можливі й навіть необхідні в будь-якій сфері діяльності підприємства — маркетинговій, виробничій, фінансовій, збутовій, науково-дослідній, управлінській.

Об'єктами інновацій на підприємстві можуть виступати: -продуктовий портфель (види продукції та послуг);-маркетингова й збутова діяльність;-матеріальні ресурси, що споживаються;-якість продукції підприємства в цілому;-засоби виробництва;-методи й технологія виробництва;-організація праці та процесів;-персонал підприємства й соціальна інфраструктура;-системи

та методи управління (у функціональних сферах і на підприємстві в цілому);- організаційні структури;-інформаційні системи;-інші сфери діяльності.

Значна частина названих об'єктів інновацій (наприклад, якість продукції та підприємства в цілому, засоби виробництва, методи й технологія виробництва, організація праці й процесів) зумовлює технічний та організаційний розвиток підприємства.

Технічний розвиток виробництва полягає у створенні та підвищенні рівня техніко-технологічного потенціалу, який би відповідав поточним і стратегічним цілям підприємства.

Організаційний розвиток, що сприяє ефективнішому функціонуванню виробничих процесів і підприємства в цілому, здійснюють удосконаленням наявних та впровадженням нових управлінських технологій, методів і форм організації праці й виробництва. Тому план ОТР має міжфункціональний характер і вміщує як плани інноваційної діяльності, якою займаються науково-дослідні та дослідно-конструкторські підрозділи, так і проекти технічної та інших служб щодо ремонту обладнання, заміни застарілого устаткування, підвищення якості продукції, поширення передових методів організації праці тощо. Він виконує такі основні ролі:

- по-перше, відображає стратегію і тактику підприємства у сфері інноваційної діяльності, яка є чинником створення конкурентних переваг, формування й розвитку потенціалу фірми;

- по-друге, формує портфель проектів, реалізація яких має забезпечити виконання стратегічних планів компанії;

- по-третє, узагальнює план заходів, що є «підтримуючими» для досягнення запланованих підприємством обсягів продажу, їхнього ресурсного, кадрового, організаційного забезпечення.

## 2. Визначення технічного та організаційного розвитку підприємства

Ефективна система планування ОТР ґрунтується на таких принципах:

- єдність фінансово-економічних, маркетингових, науково-технічних і соціальних завдань розвитку підприємства;
- взаємозв'язок і узгодженість стратегічних та поточних цілей та напрямів діяльності підприємства;
- альтернативність визначення, всебічне обґрунтування способів досягнення поставлених завдань і вибір оптимальних рішень;
- бюджетна й ресурсна забезпеченість розроблених планів;
- комплексність, безперервність як взаємозв'язок і послідовність, змінність у плануванні;
- гнучкість і еластичність як адаптивність планів щодо можливих відхилень або зміни внутрішнього чи зовнішнього середовища .

Планування ОТР передбачає формування комплексу планів, які мають різне спрямування за цілями, предметом, рівнями, змістом і періодом планування: - стратегічні; - оперативні; - часовим; - довгострокові; - середньострокові; - поточні (короткострокові); - ступенем деталізації; - загальнофірмові; - плани підрозділів; - маркетингові; - виробничі; - НДДКР; - збутові; - фінансові; - з управління персоналом; - міжфункціональні; - інші; - продуктові; - техніко-технологічні; - організаційні; - з інформаційних технологій; - соціальні; - економічні; тематичні плани (портфель проектів); - бізнес-плани (обґрунтування інновацій); - проектні плани (реалізації проектів) .

Для кожного конкретного підприємства структура та зміст плану ОТР як комплексу зведених проектів з упровадження інновацій, поліпшення технічного стану підприємства та організації виробництва визначається такими основними чинниками:

- обраною інноваційною стратегією компанії;
- масштабною запланованих стратегічних змін;
- відповідністю поточного рівня ОТР установленим довгостроковим цілям;

- обсягами операційної діяльності підприємства;
- стадією життєвого циклу компанії та її галузевою належністю;
- ресурсними, у тому числі фінансовими, можливостями фірми.

План ОТР — це перелік проектів чи заходів (із зазначенням назви й керівника проекту, строків початку та закінчення, бюджету, місця впровадження й очікуваних результатів), згрупованих у такі основні розділи:

### **Запитання та завдання для самоконтролю**

1. Поясніть визначення технічного розвитку
2. Охарактеризуйте напрямки покращення техніко-економічного розвитку підприємства
3. Які з функцій технологічного розвитку мають велике значення для рівня прибутковості підприємства
4. Наведіть основні методи оцінки ефективності науково-технічного прогресу



## **РОЗДІЛ 4**

# **Основні результативні показники господарської діяльності підприємства**

## 4.1 Поточні витрати підприємства та собівартість продукції

### Питання для теоретичної підготовки

1. Витрати, класифікація витрат
2. Калькулювання собівартості продукції (робот, послуг).

### Ключові терміни і поняття

*Витрати, класифікація витрат*

*Поточні витрати, загальні витрати*

*Собівартість продукції*

*Калькуляція*

*Калькулювання продукції*

*Методи калькулювання*

### 1. Витрати, класифікація витрат.

Працюючи в ринкових умовах, керівництво підприємства завжди стоїть перед вибором оптимальних рішень стосовно ціни реалізації, номенклатури, обсягу виготовлюваної продукції, інвестиційної політики, обсягів витрат ресурсів

Планування витрат — це визначення цілей підприємства та його підрозділів у формі постановки виробничих завдань і вибору засобів для їх виконання. Плани конкретизують у кошторисах, які відображають витрати в грошовій формі. Отже, планування витрат полягає у виявленні складу витрат та їх кількісної оцінки .

Усі витрати підприємства під час планування поділять на одночасні та поточні.

Одночасні витрати здійснюють у формі інвестицій та різних інноваційних заходів, пов'язаних з розширенням виробництва, заміною основних фондів, реконструкцією тощо.

Поточні витрати, пов'язані з виробництвом і реалізацією продукції,

робіт, послуг, також набувають форми витрат. Крім них підприємство платить податки, відрахування, штрафи, пені, витрачає кошти на соціальні потреби членів трудового колективу.

Сума зазначених витрат, виражена в грошовій формі за певний період часу, створює витрати підприємства.

Складовою витрат підприємства є собівартість продукції.

Собівартість продукції — це виражені в грошовій формі витрати на споживані під час виготовлення продукції засоби виробництва, оплату праці робітників, послуги інших підприємств, витрати на реалізації продукції, а також витрати на управління й обслуговування виробництва.

Собівартість є одним з найважливіших економічних показників господарської діяльності підприємства, одним з основних показників якості його роботи.

Собівартість продукції – це грошова форма витрат на підготовку виробництва, виготовлення та збут продукції.

Відображаючи рівень витрат на виробництво, собівартість комплексно характеризує ступінь використання всіх ресурсів підприємства, а отже, і рівень техніки, технології та організації виробництва.

Собівартість продукції є комплексним показником, у якому відображено велику кількість факторів, що впливають на її рівень. Усі фактори можна поділити на зовнішні, тобто ті, які перебувають поза підприємством, та внутрішнього порядку.

До зовнішніх належать:

- зміна цін на матеріали, напівфабрикати, інструмент, паливо, енергію, які підприємство отримує від сторонніх підприємств;

- зміна встановлених розмірів мінімальної заробітної плати, а також різного роду обов'язкових внесків, відрахувань і нарахувань на заробітну плату (наприклад, соціальне страхування);

- зміна тарифів на перевезення вантажів;

- інші.

Основними внутрішніми факторами є:

- підвищення продуктивності праці;
- зниження трудомісткості продукції;
- зниження матеріаломісткості продукції;
- ліквідація втрат від браку.

В собівартість продукції (послуги) включають наступні витрати:

- дослідження ринку;
- виявлення потреби в продукції на ринку;
- підготовка та освоєння нової продукції (послуги) на ринку;
- виробництво, включаючи витрати на сировину, матеріали, енергію, амортизацію основних фондів і нематеріальних активів, оплату праці персоналу;
- обслуговування виробничого процесу та управління ним;
- збут продукції;
- охорона природних ресурсів;
- набір, підготовка, перепідготовка кадрів;
- поточна раціоналізація виробництва.

Класифікація витрат:

1. за ступенем залежності від обсягу виробництва
  - постійні витрати
  - змінні витрати
2. за методом віднесення до собівартості одиниці продукції
  - прямі витрати
  - непрямі витрати
3. за участю в технологічному процесі
  - основні витрати
  - накладні витрати
2. за участю у виробничому процесі
  - виробничі витрати
  - позавиробничі витрати

3. за місцем утворення

- витрати структурного підрозділу
- витрати підприємства в цілому

4. за ступенем однорідності

- одноелементні статті витрат
- комплексні статті витрат

5. за економічними елементами

- матеріальні витрати
- витрати на оплату праці
- відрахування на соціальні заходи
- амортизація основних фондів
- інші витрати

6. за конкретними видами витрат

- сировина та матеріали
- паливо для використання з технологічною метою
- енергія для використання з технологічною метою
- покупні ресурси
- роботи і послуги виробничого характеру сторонніх підприємств та

організацій

- зворотні відходи
- витрати на оплату праці
- відрахування на соціальні заходи
- витрати, пов'язані з підготовкою і освоєнням нових потужностей

виробництва

- витрати на утримання і експлуатацію машин та устаткування
- загальновиробничі витрати
- загальногосподарські витрати
- комерційні витрати.

## 2. Калькулювання собівартості продукції (робот, послуг).

У процесі формування собівартості вирішують низку завдань, серед яких основними є:

- розрахунок вартості необхідних ресурсів;
- обчислення собівартості виробництва кожного виду продукції та її рентабельності. Це є критерієм нижнього рівня ціни та умовою формування виробничої програми;
- визначення загальної величини витрат на виробництво запланованих обсягів виробів.

Вихідними даними для формування витрат є:

- планові обсяги виробництва продукції в натуральному та вартісному вираженні;
- норми витрат матеріальних ресурсів для виробництва продукції та розрахунок потреби в ресурсах у натуральному вираженні;
- ціни на матеріально-технічні ресурси, необхідні для виробництва, та ціни на послуги виробничого характеру сторонніх організацій;
- норми затрат праці, розрахунки чисельності та професійного складу робітників, умови оплати їхньої праці, що визначаються контрактом та колективними угодами;
- економічні нормативи: норми амортизаційних відрахувань, відрахувань на соціальні заходи, податків, обов'язкових платежів, передбачених законодавством;
- плани організаційно-технічних заходів, економії матеріальних ресурсів, поліпшення використання праці.

Калькулювання собівартості являє собою визначення витрат за статтями собівартості.

Об'єктом калькулювання є продукція чи послуги, чия собівартість обчислюється. Калькуляційною одиницею є одиниця кількісного виміру продукції (робот, послуг):

- готельне господарство – 1 койко-доба,
- газове господарство – 1 куб м реалізованого природного чи зрідженого газу;

- теплове господарство – 1 Гкал теплової енергії;
- електропостачання міст – 1 кват /ч електричної енергії;
- водопровідне господарство – 1 куб м реалізованої води;
- каналізаційне господарство – 1 куб м стічних вод;
- санітарна очистка міст – 1 куб м побутових відходів;
- зелене господарство – га зелених насаджень, шт.;
- житлове господарство – 1 кв м загальної площі житла;
- міський електротранспорт – 1 перевезений км, 1 вагоно-км.

Калькуляція на підприємствах складається за статтями:

### 1. Сировина і матеріали.

До цієї статті належать такі витрати:

- на сировину,
- на основні і допоміжні матеріали,
- на куповані вироби та напівфабрикати.

Усі ці витрати можна обчислити на одиницю продукції (робот, послуг) виходчи з норм і цін.

$$S_m = \sum M_n * C_m - \sum M_{\text{відх}} * C_{\text{р.відх}}, \quad (4.1)$$

де  $M_n$  - норма витрат матеріалу на одиницю продукції (послуги);

$C_m$  – ціна придбання сировини і матеріалів;

$M_{\text{відх}}$  – витрати сировини і матеріалів, що пішли у відходи;

$C_{\text{р.відх}}$  – ціна реалізації відходів сировини і матеріалів.

### 2. Енергія технологічна

Ця стаття охоплює витрати на всі види енергії, необхідної для виробництва продукції (послуги):

- паливо,
- електроенергію,
- пару,
- газ.

$$S_{\text{ен}} = \sum S_{\text{н.ен}} * C_t, \quad (4.2)$$

де  $S_{\text{н.ен}}$  – норми витрат енергії;

$C_t$  – ціна-тариф на застосування енергії.

### 3. Основна та додаткова заробітна плата виробничих робітників

До цієї статті належать витрати на оплату праці робітників, які безпосередньо виготовляють продукцію (послуги). Величина таких витрат обчислюється згідно з нормами витрат часу на виконання технологічних операцій і тарифними ставками або відрядними розцінками на операції та виготовлення одиниці продукції. До цієї статті також належать доплати і надбавки робітникам за кваліфікацію, за перевиконання плану, за роботу у святкові і вихідні дні, за виконання державних обов'язків, оплата відпусток.

### 4. Утримання та експлуатація машин і механізмів.

Стаття є комплексною. Вона охоплює витрати на :

- амортизаційні відрахування на відтворення машин і устаткування ( $A_{м.уст.}$ );
- електроенергію, паливо, мастильні матеріали для машин та устаткування ( $C_{ел.}$ );
- придбання технологічного інструменту, запасних частин та агрегатів для устаткування ( $C_{інс.}$ );
- ремонт та технологічне обслуговування ( $C_{р.т.о.}$ );
- заробітну плату обслуговуючому персоналу ( $C_{з.н.об.}$ ).

$$S_{екс} = A_{м.ус} + C_{ел} + C_{інс} + C_{р.т.о} + C_{з.н.об.} \quad (4.3)$$

### 5. Загальновиробничі (накладні) витрати

Стаття являє собою комплексну статтю до якої входять витрати на:

- управління, виробниче і господарське обслуговування в межах виробництва;
- заробітну плату з відрахуваннями на соціальні потреби працівників управління, спеціалістів, службовців;
- амортизаційні відрахування по будівлях і спорудах;
- охорону праці;
- техніку безпеки, охорону, протипожежну охорону;
- дослідження, випробування, винахідництво;
- підготовку кадрів, адміністративні та канцелярські витрати;
- відрядження;



- обов'язкові платежі (страхування майна, платежі за забруднення навколишнього середовища);
- придбання патентів, ліцензій тощо.

Розподіляються накладні витрати пропорційно основній заробітній платі виробничих робітників, крім амортизаційних відрахувань. Вони обчислюються окремо і додаються до визначеної суми.

$$S_{\text{накл}} = q * S_{\text{з.н.осн}} + A_{\text{б.с.}}, \quad (4.4)$$

де  $q$  – відсоток загальновиробничих витрат у заробітній платі основних виробничих робітників;

$S_{\text{з.н.осн}}$  – витрати на основну заробітну плату виробничих робітників на одиницю продукції (послуг);

$A_{\text{б.с.}}$  – амортизаційні відрахування по будівлях і спорудах на їх повне оновлення.

#### *б. Підготовка й освоєння виробництва.*

##### До цієї статті належать витрати:

- освоєння нових підприємств, виробництв, цехів;
- підготовку та освоєння нової продукції (послуги);
- підготовчі

Особливу увагу звертають на: наднормативні витрати сировини та матеріалів, палива, енергії, доплат робітникам за відхилення від нормативних умов праці; витрати від простоювання машин і агрегатів, аварій, браку; зміни витрат щодо постачання комплектуючих виробів; порушення технології.

На цій підставі виявляють внутрішньовиробничі резерви та розробляють організаційно-технічні заходи щодо підвищення економічної ефективності виробництва.

Результати планових розрахунків виражають показниками абсолютної величини, відносного рівня й динаміки витрат, що обчислюються для одиниці або до загального обсягу випуску певного виду продукції та продукції, що реалізується.

Абсолютну величину витрат на виробництво продукції визначають її сумою на плановий або звітний період.

Відносний рівень витрат — відношення витрат до обсягу продукції. Показником відносного рівня витрат різномірної продукції є витрати на 1 грн товарної продукції. Розраховують його діленням загальної суми витрат на обсяг продукції у вартісному виразі.

Собівартість продукції формують у такій послідовності:

- складають кошторис витрат і калькують собівартість продукції та послуг цехів виробничої інфраструктури;

- складають кошториси: витрат, пов'язаних з підготовкою та освоєнням виробництва продукції; відшкодування зносу спеціального інструменту та пристроїв спеціального призначення; загальновиробничих витрат за цехами основного виробництва з подальшим узагальненням їх по підприємству; адміністративних витрат; витрат на збут продукції; інших операційних витрат;

- калькують собівартість одиниці продукції за видами;

- розраховують собівартість усієї товарної продукції та продукції, що реалізується;

- складають зведений кошторис витрат на виробництво.

На підприємствах використовують ряд методів калькуляції, або розрахунків собівартості. Застосування того чи іншого методу залежить від характеру виробів, особливостей організації та технології їх виробництва.

Залежно від прийнятого методу розподілу витрат у теорії та практиці використовують такі методи:

- метод загальної калькуляції (нормативний) — на підставі чинних у даний період прогресивних нормативів і норм витрат економічних ресурсів на одиницю продукції та інших ринкових показників;

- метод позамовної та попроцесної калькуляції;

- метод величини покриття.

Розглянемо найпоширеніші методи в практиці роботи підприємств.

Метод загальної калькуляції (нормативний) передбачає розподіл як змінних, так і постійних витрат на одиницю продукції. Цей метод залишається основним методом калькулювання продукції

Метод позамовної калькуляції застосовують тоді, коли об'єктом калькулювання й обліку є окреме індивідуальне замовлення, окремий контракт або партія продукції, яка складається з ідентичних зразків, що проходять однаковий технологічний процес виготовлення. Цей метод калькулювання й обліку використовують в одиничному та дрібносерійному виробництві.

Метод попроцесної калькуляції передбачає групування витрат за виробничими процесами або підрозділами за основними статтями витрат, які охоплюють вартість матеріальних і трудових ресурсів та загальновиробничих витрат. Попроцесну калькуляцію застосовують у таких галузях: хімічній, паперовій, виробництво будматеріалів, скла, текстильних виробів тощо. За застосування цього методу здійснюють калькулювання за статтями витрат в розрізі видів або груп продукції за процесами.

Метод величини покриття полягає в тому, що калькуляції, за окремими видами продукції, складають тільки за змінними витратами. Постійні витрати вважають витратами поточного періоду, їх не відносять на собівартість, не розподіляють між виробами (об'єктами калькулювання), а прямо відносять на результати господарської діяльності. Визначення собівартості готової продукції здійснюють тільки за змінними витратами.

За цього методу калькулювання формується новий показник результатів діяльності — маржа за змінною собівартістю, яка визначається як різниця між вартістю реалізованої продукції та змінними витратами (маржинальний прибуток і є величиною покриття, він складається з постійних витрат і прибутку).

### **Запитання та завдання для самоконтролю**

1. Дайте визначення поняття «витрати підприємства»
2. Яким чином можна класифікувати витрати підприємства?
3. Охарактеризуйте поняття собівартості продукції як один із найважливіших економічних показників діяльності підприємства
4. У чому полягає сутність поняття «калькуляція витрат»?
5. Які особливості калькуляції собівартості продукції?
6. Як здійснюється оцінка поточних витрат підприємства?

## 4.2 Ціни та ціноутворення на підприємствах

### Питання для теоретичної підготовки

1. Поняття та зміст ціни
2. Принципи ціноутворення
3. Види цін та їх установалення

### Ключові терміни і поняття

*Ціна, види цін*

*Функція ціни*

*Ціноутворення*

*Методи ціноутворення*

*Державне регулювання ціни*

### 1. Поняття та зміст ціни

Ціна – грошове визначення вартості товару, показник її величини.

Ціна – грошове вираження вартості товару, грошова сума, яка стягується за конкретний товар.

Ціна – це грошовий вираз вартості товару (продукції послуги). Вона завжди коливається навколо ціни виробництва та відображає рівень суспільно необхідних витрат праці.

Ціна являє собою економічну категорію, що означає суму грошей, за якою продавець хоче продати, а покупець готовий купити товар.

Ціна – це сума цінностей, які споживач обмінює (віддає) у вигляді винагороди за можливість володіти чи користуватися продуктом чи послугою.

Сучасні фахівці визначають «ціну» як економічну категорію.

Ціна - це сума грошей, за яку продавець хоче продати, а покупець готовий купити товар. Ціноутворення - це процес формування цін на товари і послуги.

Треба також завжди враховувати, що існують дві точки зору на ціну:

Для виробника ціна – кількість витрат на виробництво товарів (послуг), об'єм проданих товарів (послуг) та чистий прибуток;

Для споживача ціна – доступність, кількість та якість придбаного товару, задоволених потреб.

Ціна є однією з найбільш складних економічних категорій. Для її правильного розуміння необхідно мати ясне уявлення про те, що лежить у її основі, які об'єктивні закони діють на процеси ціноутворення і руху цін.

Ціна - це грошове вираження вартості товару. В умовах товарного виробництва і обороту продукти праці виробляються і реалізуються як товари. Ціна кожного окремого товару не обов'язково збігається з вартістю: вона може відхилитися вгору і вниз від вартості в залежності від попиту та пропозиції на даний товар. У ринкових коливаннях цін навколо вартості виявляється чинність закону вартості - економічного закону товарного виробництва. Закон вартості спонукає товаровиробників звертати увагу на суспільно необхідні витрати праці і намагатися їх знизити, регулює розподіл суспільної праці і засобів виробництва між галузями народного господарства.

Існує кілька теорій вартості: теорія трудової вартості; теорія попиту та пропозиції; теорія граничної корисності. Теорія трудової вартості відірвана від ринку і ціни, тому що вартість суспільно необхідних витрат праці без обліку попиту та пропозиції нічого не виражає.

В умовах ринкової економіки в основі ціноутворення лежить теорія альтернативної вартості, що поєднує розглянуті теорії в єдину теорію вартості. Суть її така: перш ніж придбати товар, покупець стоїть перед необхідністю ухвалення альтернативного рішення, який товар вибрати з безлічі пропонованих на ринку. Якщо купити один з них, він відмовляється від інших. Вартість купленого товару являє собою альтернативну вартість. Покупець оцінює товар з погляду своїх інтересів і можливостей.

У той же час альтернативна вартість впливає на пропозицію даного товару, тому що товаровиробник заради організації його виробництва й одержання прибутку відмовився від інших благ.

Ціна повинна відбивати інтереси як виробників, так і споживачів товарів: виробнику - відшкодування витрат з визначеною прибутковістю, а споживачу - економічну вигоду від експлуатації даного товару.

Ціна виконує різні економічні функції: облікову, розподільчу, стимулюючу і регулюючу.

Облікова функція забезпечує еквівалентність обміну, тобто виторг від реалізації продукції (робіт, послуг) за інших рівних умов забезпечує відшкодування витрат на виробництво і реалізацію, а також утворення прибутку в розмірі, що дозволяє удосконалювати і розвивати виробництво, підвищувати життєвий рівень працівників. Цю функцію ціни виконують завжди. Знаючи, у що обходиться та чи інша продукція, можна за допомогою цін порівнювати різні її види, а також виражати в грошовому вимірі будь-яку кількість продукції і послуг.

Розподільча (чи перерозподільча) функція складається в розподілі доходу між виробниками і споживачами. Якщо ціна товару вище його вартості, то виробник відшкодовує свої витрати і дістає прибуток. Якщо ж ціна нижче вартості, то виробник працює собі в збиток. Споживач, використовуючи продукцію, також має різну економічну вигоду.

Отже, розподільча функція ціни виражає напрямок розподілу - на користь виробника чи споживача. Іншими словами, у результаті відхилення цін від вартості національний дохід перерозподіляється між накопиченням і споживанням. Задачі перерозподілу національного доходу у визначених економічних, соціальних чи політичних цілях може успішно вирішувати податкова система. Тому необхідно поступово звільняти ціни від цієї функції і передавати її виконання податковій системі.

Стимулююча функція полягає в тому, що підвищені ціни стимулюють підприємства до випуску прогресивних і дефіцитних видів продукції, а знижені - до зняття з виробництва застарілої продукції.

Регулююча функція виражається в балансуванні попиту та пропозиції. Якщо немає можливості досягти відповідності попиту та пропозиції зміною обсягу виробництва чи це недоцільно, використовується інструмент ціни. У

машинобудуванні він застосовується як стосовно засобів виробництва (наприклад, знижені ціни на сільськогосподарську техніку), так і стосовно споживчих товарів тривалого користування (наприклад, підвищені ціни на легкові автомобілі).

## **2. Принципи ціноутворення.**

Ціна - це головна й універсальна форма зв'язку товаровиробника і ринку. Вона робить можливою (чи неможливою) купівлю-продаж товару, а отже, і саме економічне існування виробника товару. Можливості реалізації практично всіх економічних інтересів у кінцевому рахунку визначаються рівнем ціни, за якою продається і купується товар. Правильний вибір ціни є запорукою гарного фінансового стану і фінансової стійкості підприємства (фірми), успішної реалізації тактичного і стратегічного планування.

Світовою практикою накопичений досить великий досвід розробки і використання ринкового механізму ціноутворення, на котрий впливають такі умови:

- кількість суб'єктів ринку (продавців і покупців): чим їх більше, тим у меншому ступені змінюється ціна;
- незалежність суб'єктів ринку: чим їх менше, тим більше можливостей як у продавців, так і в покупців впливати на рівень ціни, і навпаки;
- ступінь індивідуалізації продукції (робіт, послуг): чим різноманітніше їхній асортимент, тим більше імовірність того, що окремі їхні види зможуть витримати загальний напружений стан ринку;
- зовнішні обмеження: на рівень цін на ринку впливають такі фактори, як попит, пропозиція, державне регулювання цін та ін.

Процес вироблення промислової стратегії в області встановлення цін на продукцію складається з ряду послідовних етапів: встановлення цілей ціноутворення; оцінка попиту; вивчення цін на продукти конкурентів; вибір методу ціноутворення; облік факторів, що впливають на встановлення ціни; остаточне встановлення ціни.

Для розробки відповідної цінової стратегії підприємство (фірма) повинне насамперед визначити цілі, що багато в чому видні вже із самого позиціонування на ринку продукції (робіт, послуг) і повинні бути спрямовані

на досягнення підприємством стратегічних задач, що стоять перед ним у конкретному ринковому сегменті.

У загальному випадку ціна і попит знаходяться в обернено пропорційній залежності, тобто зі збільшенням ціни попит падає, і навпаки. Однак характер цього зв'язку не однаковий для різних видів продукції, оскільки підвищення цін на деякі з них може сприйматися як значне поліпшення їхньої якості і приводити до підвищення попиту. Але таке підвищення попиту можливо тільки до визначеної межі, після чого знову починається спад.

Попит на промислову продукцію вивчається на підставі інформації про його рівні при різних цінах. Отже, адекватність оцінки попиту і встановлення оптимальної ціни на продукцію в значній мірі визначається рівнем розвитку на підприємстві маркетингової інформації.

Повинна відслідковуватися окремо динаміка попиту на кожен вид продукції з погляду рівня цін на нього, інтенсивності рекламних заходів, способу доставки, ступеня насичення ринку даним видом продукції, чи аналогом продукцією-замінником. Дуже важливо не допустити перехресчування окремих факторів, щоб одержати об'єктивну оцінку впливу кожного з них на рівень попиту.

Виявлений характер впливу кожного з факторів дозволяє знайти оптимальні умови, що забезпечують необхідний попит, а отже, і відповідний йому рівень ціни на продукт.

Ціни, установлені конкурентами, багато в чому визначають цінову стратегію підприємства, тому їх необхідно ретельно аналізувати. Ціни на промислову продукцію і її якість повинні знаходитися у прямій залежності, тому споживачі, вибираючи підприємство для обслуговування, прагнуть зіставити насамперед ці показники. Перевага віддається підприємству, у якого ціни в більшій мірі відповідають рівню якості.

Для аналізу продукції конкурентів підприємства звичайно використовують метод експертних оцінок показників якості.

Якість продукції конкурентів і доступність цін на них можна оцінити, довідавшись щодо думок самих споживачів.



Зіставляючи показники якості і ціни конкурентів з аналогічними показниками свого підприємства слід зробити визначені висновки про спрямованість розроблюваної цінової стратегії. Для цього ціни конкурентів беруться за відправну крапку досліджень. Якщо якість продукції конкурентів перевершує аналогічні показники підприємства, то говорити про встановлення ціни на тому ж рівні не має сенсу. Якщо ж якість продукції підприємства приблизно відповідає якості, пропонованому конкурентами, є всі підстави для встановлення ціни, близької до ціни конкурентів. Таким чином, для вироблення продуманої цінової стратегії рівень цін і якість продукції конкурентів повинні прийматися за базу порівняння.

Розробляючи цінову стратегію, підприємство може вибрати одну з альтернативних концепцій ціноутворення:

- ціноутворення, орієнтоване на витрати(метод повних витрат, метод прямих витрат, метод аналізу беззбитковості);

- ціноутворення орієнтоване на споживачів(метод цінових ліній, метод цінового лідерства, метод пакетного ціноутворення, метод неокруглених цін, метод аукціону);

- ціноутворення, орієнтоване на конкурентів.

Обраний метод ціноутворення багато в чому визначає цінову стратегію підприємства, для успішного здійснення якої необхідно враховувати ряд факторів, що впливають на встановлення цін. Це такі фактори:

- імідж підприємства. Ним багато в чому визначається встановлення цін. Підприємство, пропонуючи свою продукцію споживачам, повинне насамперед піклуватися про те, як воно буде виглядати на фоні інших підприємств, як буде сприйматися споживачами його продукція. Імідж підприємства формується під впливом безлічі факторів, таких як відносини зі споживачами, якість продукції і ціна на неї. Розробляючи цінову стратегію, підприємство повинне враховувати імідж, що склався у споживачів, оскільки чим більший його авторитет, тим більшою довірою і популярністю користується його продукція;

- географія. Багато підприємств мають розгалужену мережу філій і представляють свою продукцію по усьому світі. Тому виникає необхідність

орієнтації цінової стратегії на особливості грошових ринків у різних країнах (регіонах). Застосування єдиної цінової стратегії без обліку географічного фактора може привести до істотних втрат, що так чи інакше змусить підприємство переглянути свої підходи до ціноутворення;

-вплив інших суб'єктів ринку. Крім конкурентів на цінову стратегію підприємства можуть впливати споживачі, уряд. У багатьох випадках щоб уникнути конфліктів зі споживачами своєї продукції і для підтримки свого іміджу підприємства йдуть назустріч побажанням споживачів щодо проведеної політики встановлення цін. Однак варто прагнути не допускати таких "побажань", проводячи гнучку цінову стратегію. Якщо все-таки не вдасться уникнути подібного лоскитливого положення, то перш ніж прийняти відповідне рішення, необхідно оцінити якісний і кількісний склади споживачів, що висувають які-небудь вимоги, і в залежності від цього вносити прийнятні корективи в цінову стратегію;

- цінові знижки. Багато підприємств активно використовують у своїх цінових стратегіях різні цінові знижки, покликані стимулювати придбання промислової продукції у великих обсягах. Звичайно подібні цінові знижки застосовуються у відношенні великих споживачів продукції. Однак установа знижок і надбавок потребує від підприємств точного аналізу своїх витрат, щоб збільшення обсягів продажу сприяло не скороченню, а збільшенню прибутку.

Метод ціноутворення багато в чому визначає майбутню ціну на промислову продукцію, однак остаточно встановлена ціна може істотно відрізняються від пропонованої заздалегідь. Це пояснюється наявністю приведених вище факторів, що впливають на встановлення цін. Однак облік цих факторів знов-таки не дає ще остаточної ціни, оскільки необхідний також аналіз деяких психологічних показників. Встановлюючи остаточно ціну, варто подбати про те, щоб вона була доступна споживачам і в той же час підкреслювала якість продукції. Вважається, що споживачі краще сприймають ціну, що закінчується на непарне число. Так, ціна 49 грн. сприймається покупцем як перевищуюча 40 грн., а ціна в 50 грн. - уже як перевищуюча 50 грн.

Крім того, якщо підприємство припускає установити ціну вище цін на аналогічні продукти конкурентів, те це варто робити так, щоб перевищення не виходило кратним. Наприклад, не рекомендується встановлювати ціну, що у 1,5-2 рази перевищувала б ціни конкурентів. Якщо підприємство розраховує, що його ціна повинна бути нижче цін конкурентів, то її доцільно установити такою (якщо, звичайно, дозволяють можливості), щоб передбачуване зниження було кратним, наприклад на третину нижче цін основних конкурентів. У цьому випадку психологія споживача спрацює набагато швидше, що цілком окупить початкові витрати.

Проаналізувавши всі значні фактори, підприємство зможе остаточно установити ціну на вироблену ним продукцію.

У державному регулюванні цін політика ціноутворення є частиною економічної і соціальної політики будь-якої держави. Органи державного керування будують свої відносини з товаровиробниками, використовуючи наступні важелі:

- податкову і фінансово-кредитну політику, включаючи встановлення ставок податків і податкових пільг, цін і правил ціноутворення, дотацій, економічних санкцій і ліцензій, соціальних і екологічних норм і нормативів;
- науково-технічні, економічні і соціальні державні і регіональні програми;
- державні замовлення на виробництво продукції, виконання робіт і послуг для державних потреб.

Рівень і співвідношення цін на товари виробничого і невиробничого призначення торкаються інтересів всіх суб'єктів виробничої діяльності, невиробничої сфери і населення.

Основні принципи встановлення і застосування цін на товари і тарифів на послуги, а також організації контролю за їхнім дотриманням на території України визначаються Законом України "Про ціни і ціноутворення" і іншими законодавчими і нормативними документами. Дія цього Закону поширюється на всі підприємства й організації незалежно від форм власності і підпорядкованості. Відповідно до цього закону в народному господарстві України застосовуються вільні, державні фіксовані і державні регульовані ціни і тарифи, а також контрактні (зовнішньоторговельні) ціни.

Дії держави в регулюванні цін можуть бути короткостроковими і довгостроковими.

Державне регулювання в сфері ціноутворення і застосування цін здійснюється різними методами, серед яких можна виділити:

- визначення переліку продукції і послуг, що підлягають державному регулюванню, у тому числі монопольної продукції;
- встановлення граничних рівнів цін і тарифів, а також торгових надбавок (знижок);
- нормування рентабельності;
- заморожування цін.

У першу чергу державному регулюванню підлягають ціни на продукцію і послуги підприємств державної власності. До них відносяться тарифи на залізничні перевезення, комунально-побутові послуги і квартирну плату, послуги зв'язку й ін.

До методів регулювання цін відноситься встановлення податку на додану вартість і розміру акцизного збору.

Звільнення окремих товарів від ПДВ, а також зміна ставки цього податку на ті чи інші товари дозволяють ефективно впливати на структурні зміни і розвиток виробництва в бажаних напрямках.

Підприємства - суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності - визначають конкретні ціни на договірних умовах з урахуванням попиту і пропозиції. В окремих випадках контрактні ціни повинні визначатися відповідно до індикативних цін, що встановлюються Міністерством зовнішньоекономічних зв'язків.

У світовій практиці використовуються також інші методи державного впливу на ціни. Це досягається законами антимонопольного характеру, законами про нечесну торгівлю (зокрема, антидемпінговим законодавством), про цінову рекламу й ін.

Державне регулювання цін може передбачати заходи законодавчого і судового характеру. В одному випадку ціноутворення в державі регламентується законами Верховної Ради, в іншому - розпорядженнями державних і місцевих

органів влади, у третьому - ті чи інші суперечливі питання вирішуються в судовому (арбітражному) порядку.

Державний контроль за цінами здійснюється в сфері дії державних фіксованих і регульованих цін і тарифів. У сфері дії вільних цін контролюються правомірність їхнього застосування і дотримання вимог антимонопольного законодавства. Цей контроль здійснюється органами, на які ці функції покладені урядом. В Україні такими органами є Державна інспекція контролю за цінами при Міністерстві економіки і Державний комітет України з питань захисту прав споживачів.

Особи, винні в порушенні порядку встановлення і застосування цін і тарифів, залучаються до адміністративної чи кримінальної відповідальності.

### **3. Види цін та їх установа**

Системи цін класифікують за певними ознаками:

1. за характером обігу, що обслуговується:

- оптові (гуртові) ціни, за якими підприємство реалізує виготовлену продукцію іншим підприємствам та збутовим організаціям;

- закупівельні ціни, за якими реалізується сільськогосподарська продукція виробниками державним та комерційним організаціям для подальшої переробки;

- роздрібні, за якими товари реалізуються в роздрібній торговій мережі населенню;

- на будівельну продукцію існує декілька різновидів цін:

- кошторисна вартість - граничний розмір витрат на будівництво кожного конкретного об'єкта;

- преїскурантна ціна - (середня) кошторисна вартість одиниці кінцевої продукції типового будівельного об'єкта (1 м<sup>2</sup> житлової площі, 1 м<sup>2</sup> корисної площі та інші);

- договірна ціна встановлюється при укладанні договору між замовником і підрядником;

- ціни та тарифи на послуги населенню;

- надбавки у сфері обігу (оптово-збутові, торгівельні);

- тарифи на вантажні й пасажирські перевезення - плата, що стягується транспортними організаціями за перевезення з відправників вантажів або пасажирів;

2. за ступенем залежності від втручання держави при її встановленні:

- вільні ціни, що формуються на ринку на базі взаємодії попиту і пропозиції;

- регульовані, формуються під впливом попиту та пропозиції, але держава втручається, впливаючи безпосередньо на їх зростання чи зниження, або шляхом регламентації рентабельності, та ін.

- фіксовані, встановлюються державними органами на обмежений круг товарів;

3. за способом фіксації:

- контрактні, встановлюються за згодою сторін і реєструються в контракті;

- трансфертні, застосовуються при реалізації продукції між філіями і підрозділами одного підприємства або асоціації;

- біржові, використовують для продажу товарів через біржі;

- ціни торгів, застосовуються коли декілька підрядників, які конкурують між собою, пропонують замовнику свої проекти на виконання певних робіт, з яких він на конкурсній основі вибирає найбільш ефективний;

4. за ступенем обґрунтованості:

- базисні, застосовуються як вихідна база при встановленні ціни на аналогічні вироби;

- довідкові, публікують в каталогах, прейскурантах, газетах, довідниках та економічних оглядах. Вони використовуються фахівцями як орієнтовна інформація при встановленні цін на аналогічну продукцію або при аналізі рівнів та співвідношення цін;

- прейскурантні, являють собою вид довідкової ціни, публікуються в прейскурантах фірм — виробників або продавців;

- фактична ціна угоди враховує застосування різних надбавок або знижок до базисної ціни;

- ціна споживання, визначає всі витрати покупця, пов'язані з купівлею товару, його доставкою та витратами з експлуатації;

5. за часом дії цін:

- постійні, ті, що не змінюються протягом всього терміну постачання продукції за даним контрактом або договором;

- поточні, за якими здійснюється постачання продукції в даний період часу. Вони можуть змінюватися на протязі виконання одного контракту залежно від кон'юнктури ринка;

- сезонні, діють протягом певного періоду часу;

- ступінчасті, являють собою низку цін, що послідовно знижуються згідно з попередньо прийнятою шкалою.

Складовою системи ціноутворення є широко розповсюджена система знижок з встановлених преїскурантних цін. Знижки використовують фірми-виробники товарів і роздрібна торгівля в таких випадках: як відповідні дії на зниження цін конкурентами; з метою залучення нових покупців, скорочення великих запасів товарів.

Розрізняють такі види знижок: за оплату товарів готівкою; кількісна (за закупівлю великих партій товарів); дилерська; спеціальна (персоніфікована); сезонна; бонусна (постійним покупцям); прихована(додаткові безоплатні послуги продавця покупцеві).

Ціноутворення - складний, багатогранний процес урахування найвпливовіших факторів. Цей процес має широку розгорнену структуру, що включає до себе більшість життєво важливих аспектів для підприємства. Види та методи ціноутворення впливають та породжують низку найрізноманітніших видів цін, які допомагають краще розуміти та орієнтуватись у сучасному економічному просторі.

### **Запитання та завдання для самоконтролю**

1. Визначте співвідношення ціни та вартості товару?
2. Охарактеризуйте методи ціноутворення на підприємстві
3. Яка політика ціноутворення в контексті конкурентоспроможності підприємства є доцільною?
4. Яка стратегія ціноутворення та умови її використання є ефективною?
5. Розкрийте шляхи ціноутворення на продукцію та послуги
6. Визначте особливості ціноутворення за галузями економіки

## 4.3 Фінансові результати діяльності підприємства

### Питання для теоретичної підготовки

1. Доход підприємства
2. Прибуток підприємства
3. Рентабельність

### Ключові терміни і поняття

*Доход, чистий доход*

*Прибуток*

*Валовий прибуток*

*Прибуток до оподаткування*

*Чистий прибуток*

*Рентабельність, збитковість*

#### 1. Доход підприємства.

Головний зміст фінансової діяльності підприємства полягає в належному забезпеченні фінансування. Відповідно до джерел коштів фінансування поділяється на внутрішнє та зовнішнє.

Внутрішнє фінансування здійснюється за рахунок коштів, одержаних від діяльності самого підприємства:

- прибуток,
- амортизаційні відрахування,
- виручка від продажу чи здавання в оренду майна.

Зовнішнє фінансування використовує кошти, не пов'язані з діяльністю підприємства:

- внески власників у статутний капітал,
- кредит,
- зобов'язання боржників, державні субсидії.

Доходність підприємства є одним із найголовніших показників, які відображають його фінансовий стан. Такий показник визначає мету підприємницької діяльності.



Основний результат діяльності підприємства визначається за допомогою цілого ряду показників, які поділяються на абсолютні та відносні.

До абсолютних показників відносять прибуток підприємства, а до відносних – рентабельність підприємства.

Доход підприємства – є виручка підприємства від реалізації продукції, послуг та виконання робіт без урахування податку на додану вартість та акцизного збору.

Загальна сума доходу визначається за формулою:

$$\sum D_i = D_1 + D_2 + D_3, \quad (4.7)$$

де  $D_1$  – доход від реалізації продукції, робіт, послуг;

$D_2$  – доход від позареалізаційних операцій;

$D_3$  – доход від іншої реалізації.

Доход підприємства є фінансовим результатом, та є джерелом покриття витрат на здійснення діяльності підприємством.

## **2. Прибуток підприємства.**

Прибуток підприємства в загальному розумінні являє собою частину вартості додаткового продукту і є складовою доходу підприємства.

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

Прибуток — це частина заново створеної вартості й водночас показник результату фінансово-господарської діяльності підприємства. Узагальнюючими фінансовими показниками діяльності підприємства є валовий і чистий прибуток.

Валовий прибуток (збиток) розраховують як різницю між чистим доходом (виручкою) від реалізації продукції (послуг) і собівартістю реалізованої продукції.

Чистий дохід (виручку) від реалізації продукції визначають вирахуванням з доходу (виручки) від реалізації продукції відповідних податків, зборів, знижок тощо (податок на додану вартість, акцизний збір, інші збори або податки з обороту, інші вирахування з доходу — знижки, повернення продукції тощо).

Собівартість реалізованої продукції (послуг) — це виробнича собівартість продукції, яка містить:

- прямі матеріальні витрати;
- прямі витрати на оплату праці;
- інші прямі витрати;
- виробничі накладні витрати.

Процедура розрахунку валового та чистого прибутку у плановому періоді містить визначення таких складових:

- чистого доходу (виручки) від реалізації продукції, послуг;
- валового прибутку;
- фінансового результату від операційної діяльності;
- прибутку від звичайної діяльності до оподаткування;
- прибутку від звичайної діяльності;
- чистого прибутку в плановому періоді.

Чистий прибуток — це прибуток від звичайної діяльності, а також результат від надзвичайної діяльності (події). Так визначають чистий прибуток фактично за певний період. Під час розрахунку цього показника надзвичайні події, доходи та збитки від них не можна визначити, тому що невідомо, які події та коли вони відбудуться.

Для отримання прибутку підприємства-ми необхідне для складання перспективних і поточних фінансових планів.

Існують такі методи планування операційного прибутку: прямий, за показниками витрат на 1 грн продукції, економічний (аналітичний) метод. У процесі планування також визначаються: валовий прибуток, прибуток від операційної діяльності, прибуток від звичайної діяльності та чистий прибуток.

Прямий метод. Прибуток розраховують за окремими видами продукції, що виробляються й реалізуються, за такою формулою:

$$\text{Пр} = \sum_{i=1}^n \Pi_i N_i, \quad (4.8)$$

де Пр — прибуток від реалізації планового обсягу продукції, тис. грн; n — кількість видів продукції;  $\Pi_i$  — прибуток від реалізації i-го виробу, який визначають відніманням від оптової ціни виробу його повної собівартості, тобто

$$\Pi_i = \Pi_i - C_i, \quad (4.9)$$

де  $\Pi_i$  — оптова ціна  $i$ -го виробу, грн;  $C_i$  — повна собівартість  $i$ -го виробу в плановому періоді, грн;  $N_i$  — кількість  $i$ -го виробу за виробничою програмою відповідного періоду.

Прямий метод планування прибутку використовують на підприємствах масового й великосерійного виробництва, де є планові калькуляції собівартості виробів.

Планування прибутку на основі показника витрат на 1 грн продукції застосовують на підприємствах серійного й одиничного типу виробництва. Це менш точний метод, розрахунок прибутку ведеться по підприємству в цілому від випуску, реалізації всієї продукції. Передбачається використання даних про виробничі витрати, реалізацію продукції за попередній період, а також очікувану зміну, що прогнозується в наступному періоді.

Економічний (аналітичний) метод використовують на підприємствах різних типів виробництва. Цей метод дає змогу визначити не лише загальну суму прибутку, а й вплив на неї зміни окремих чинників: обсягу виробництва й реалізації продукції, її собівартості, рівня оптових цін і рентабельності продукції, асортименту та якості продукції.

Розрахунок прибутку цим методом здійснюють окремо за порівняною (що вироблялася в попередньому році) і непорівняною (новою) продукцією.

Прибуток підприємства класифікується за наступними ознаками:

1. за джерелом формування
  - прибуток від реалізації продукції (робот, послуг)
  - прибуток від реалізації майна
  - прибуток від позареалізаційних операцій.
2. за основними видами діяльності
  - прибуток від операційної діяльності
  - прибуток від інвестиційної діяльності
  - прибуток від фінансової діяльності
3. за складовими елементами
  - валовий прибуток
  - прибуток до оподаткування
  - чистий прибуток.

Чистий прибуток підприємства формується наступним чином:

1. Доход від реалізації продукції (робот, послуг)  $-(D_{\text{реал.}})$
2. Чистий дохід від реалізації продукції (робот, послуг)  $-(D_{\text{чист.}})$

$$D_{\text{чист}} = D_{\text{реал.}} - \text{ПДВ} - \text{АС}, \quad (4.10)$$

де ПДВ – податок на додану вартість;

АС – акцизний збір.

3. Валовий прибуток  $(P_{\text{вал}})$

$$P_{\text{вал}} = D_{\text{чист}} - V_{\text{п. м.}} - V_{\text{оп}} - V_{\text{ін. п.}} - V_{\text{з.г.}}, \quad (4.11)$$

де  $V_{\text{п. м.}}$  – прямі матеріальні витрати;

$V_{\text{оп}}$  – прямі витрати на оплату праці;

$V_{\text{ін. п.}}$  – інші прямі витрати;

$V_{\text{з.г.}}$  – загальногосподарські витрати.

4. Прибуток до оподаткування  $(P_{\text{оп.}})$

$$P_{\text{вал}} = V_{\text{а}} - V_{\text{з}} - V_{\text{оп.}}, \quad (4.12)$$

де  $V_{\text{а}}$  – адміністративні витрати;

$V_{\text{з}}$  – витрати на збут;

$V_{\text{оп.}}$  – інші операційні витрати.

5. Чистий прибуток  $(P_{\text{чист}})$

$$P_{\text{чист}} = P_{\text{вал}} - \text{ПП}, \quad (4.13)$$

де ПП – податок на прибуток.

Основна ставка податку на прибуток сьогодні в Україні становить 30 % оподаткованої бази. Однак законодавством передбачено ставки : 3 % та 6 % - для страхової діяльності; 15 % - для інноваційних продуктів. Також сьогодні суб`єкти підприємницької діяльності можуть використовувати єдиний податок та фіксований податок, що є спрощеною системою оподаткування.

Чистий прибуток підприємства є джерелом формування:

резервного фонду, фонду розвитку виробництва, фонду матеріального заохочення, фонду соціального розвитку, викупного фонду, фонду дивідендних виплат.

### 3. Рентабельність підприємства.

Такими методами можна визначити плановий операційний прибуток.

Потім обчислюють плановий прибуток від звичайної діяльності, при цьому враховують доходи й витрати від інвестиційної та фінансової діяльності.

Прибуток від звичайної діяльності, який отримає підприємство у плановому періоді, підлягає розподілу. У розподілі прибутку можна виокремити два етапи:

1) розподіл прибутку; на цьому етапі учасниками розподілу є держава й підприємство, пропорції розподілу складаються під впливом таких чинників: об'єктів і ставок оподаткування, порядку надання податкових пільг;

2) розподіл і використання прибутку, що залишився в розпорядженні підприємств після здійснення платежів до бюджету, тобто чистого прибутку; на цьому етапі можуть створюватися за рахунок прибутку цільові фонди: резервний, розвитку й удосконалення виробництва, соціальних потреб, заохочення; кошти цих фондів використовують для фінансування відповідних витрат.

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

Види показників рентабельності:

1. Коефіцієнт рентабельності активів ( $P_a$ )

$$P_a = ( \Pi_{\text{чист}} / K_a ) * 100, \quad (4.14)$$

де  $K_a$  – середня сума активів за річним балансом.

2. Коефіцієнт чистої рентабельності активів ( $P_{\text{ч.а.}}$ )

$$P_{\text{ч.а.}} = ( \Pi_{\text{оп.}} / K_a ) * 100, \quad (4.15)$$

3. Коефіцієнт рентабельності власного капіталу ( $P_{\text{вк}}$ )

$$P_{\text{вк}} = ( \Pi_{\text{чист}} / K_v ) * 100, \quad (4.16)$$

де  $K_v$  – власний капітал підприємства.

4. Коефіцієнт рентабельності акціонерного капіталу ( $P_{\text{ак}}$ )

$$P_{\text{ак}} = ( \Pi_{\text{чист}} / K_{\text{ст}} ) * 100, \quad (4.17)$$

де  $K_{\text{ст}}$  – статутний капітал.

5. Коефіцієнт рентабельності продукції ( $P_{п}$ )

$$P_{п} = ( \Pi_{вал} / C_{рп} ) * 100, \quad (4.18)$$

де  $C_{рп}$  – повна собівартість реалізованої продукції.

6. Коефіцієнт рентабельності одиниці продукції ( $P_{од}$ )

$$P_{од} = ( (Ц - C) / C ) * 100, \quad (4.19)$$

де  $Ц, C$  – ціна (тариф) й повна собівартість одиниці продукції.

7. Коефіцієнт рентабельності доходів ( $P_{д}$ )

$$P_{д} = ( \Pi_{чист} / Д ) * 100. \quad (4.20)$$

Зміна рівня того чи іншого показника рентабельності залежить від трансформації економічних та організаційно-технічних факторів виробництва та реалізації продукції (робіт і послуг). Тому в процесі аналізу стану рентабельності підприємства необхідно визначити, які фактори більше впливали на підвищення чи зниження рівня рентабельності та розробити відповідні заходи щодо підвищення ефективності діяльності підприємства.

Якщо прибутковість підприємства знижується, то зменшується ціна акцій та співвідношення прибутку на акцію та її ціни. Для інвесторів, акціонерів показники прибутковості підприємства є дуже важливими.

Більш об'єктивну оцінку ефективності діяльності підприємства можна отримати за допомогою комплексу, системи показників, що всебічно характеризують фінансове становище підприємства. Це показники оцінки майнового стану, фінансової стійкості та стабільності підприємства, ліквідності та платоспроможності, прибутковості, рентабельності тощо.

### **Запитання та завдання для самоконтролю**

1. Охарактеризуйте поняття доходу та прибутку підприємства
2. Поясніть алгоритм формування чистого прибутку
3. Розкрийте сутність визначення «рентабельність» підприємства
4. Дайте визначення та характеристику видів рентабельності

## ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК КЛЮЧОВИХ ПОНЯТЬ

**Авансований капітал** – це грошова сума, яка вкладається власником у певне підприємство (підприємницьку діяльність) з метою одержання зиску (прибутку).

**Амортизація основних фондів** – це процес перенесення авансованої раніше вартості всіх видів засобів праці на вартість продукції з метою її повного відшкодування.

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

**Відновлювальний ремонт** – ремонт, необхідність у проведенні якого виникає внаслідок стихійного лиха.

**Відновна вартість основних фондів** – це вартість їхнього відтворення за сучасних умов виробництва. Вона враховує ті самі витрати, що й первісна, але за сучасними цінами.

**Виробнича потужність** – максимально можливий річний обсяг випуску продукції (надання послуг, виконання робіт), визначеної номенклатури, асортименту та якості за умови найбільш повного використання прогресивної технології та організації виробництва.

**Виробнича програма** – це завдання щодо обсягу виробництва продукції (послуг) визначеної номенклатури та асортименту, а також належної якості на певний календарний період. (місяць, квартал, рік, кілька років).

**Виробнича собівартість продукції** – витрати безпосередньо пов'язані з виробництвом продукції, зумовлені технологією й організацією виробництва, а в частині витрат на управління – тільки загальновиробничі витрати.

**Власний капітал** створюється переважно за рахунок нерозподіленого прибутку, тобто валового прибутку за вирахуванням сплачених податків, відсотків за кредит і дивідендів.

**Дерево цілей** — це наочне графічне зображення підпорядкованості та взаємозв'язку цілей, що демонструє розподіл загальної (генеральної) мети або місії на підцілі, завдання та окремі дії.

**Економічні ресурси** - всі речові чинники виробництва, які використовують для виготовлення товарів і послуг.

**Інвестиції** – усі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької діяльності з метою досягнення соціально-економічного ефекту.

**Інвестиційна діяльність** – сукупність дій та заходів громадян, юридичних осіб та держави щодо залучення та реалізації інвестицій.

**Інноваційний потенціал** – сукупність науково-технологічних, виробничих, фінансово-економічних, соціальних та культурно-освітніх можливостей країни (галузі, регіону, підприємства), необхідних для забезпечення інноваційного розвитку економіки.

**Інноваційні процеси і явища** – характеризують розвиток національної економіки, її галузей та окремих підприємств на якісно новому рівні.

**Залишкова вартість основних фондів** – характеризує реальну їхню вартість, і ще не перенесену на вартість виготовленої продукції (роботи або послуги).

**Калькулювання** – визначення розміру витрат у вартісному вираженні, які припадають на калькуляційну одиницю.

**Капітальний ремонт** - максимально можливе відновлення первісних техніко-експлуатаційних параметрів засобів праці.

**Кваліфікація** – сукупність спеціальних знань і практичних навичок, що визначають ступінь підготовленості працівника до виконання професійних функцій обумовленої складності.

**Керівники** – це працівники, що обіймають посади керівників підприємства та його структурних підрозділів.



**Класифікація підприємств** – це їх угруповання за певною ознакою.

**Коефіцієнт завантаження оборотних коштів** - величина, обернена коефіцієнту оборотності.

**Коефіцієнт змінності роботи обладнання** – відношення кількості відпрацьованих верстато-змін до кількості відпрацьованих верстато-днів.

**Коефіцієнт інтенсивного використання обладнання** – це відношення дійсного фонду часу роботи обладнання до номінального фонду часу за певний період.

**Коефіцієнт оборотності оборотних коштів** показує кількість оборотів за рік і визначається відношенням реалізованої за рік продукції до середньорічного залишку нормованих оборотних коштів.

**Коефіцієнт ремонтостості групи верстатів** – відношення кількості ремонтів до прогнозованого строку експлуатації.

**Конкурентна перевага** - це перевага, що забезпечує міцні позиції на ринку і доходи на рівні вищому, від середнього по галузі, завдяки кращій компетенції і можливостям в певній сфері або напрямку діяльності.

**Конкуренція** - це співіснування і боротьба товаровиробників та інших суб'єктів ринкового середовища за досягнення максимальних прибутків та інших цілей шляхом задоволення різноманітних потреб споживачів з повним використанням при цьому власних сильних сторін і можливостей зовнішнього середовища, усуненням слабких власних сторін і загроз ззовні.

**Контроль** – система спостереження і перевірки відповідності функціонування підприємства або його окремих підрозділів чинним стандартам та нормативам, затвердженим планам, програмам, оперативним управлінським рішенням, виявлення допущених відхилень.

**Координація** – процес, спрямований на забезпечення пропорційного і гармонійного розвитку різних сфер виробничо-комерційних формувань за оптимальних умов, що склалися, грошових та матеріальних витрат.

**Ліквідаційна вартість** - залишкова вартість основних фондів на час їхнього вибуття (спричиненого спрацюванням).

**Менеджмент** – одночасно і галузь людських знань, і сфера прийняття управлінських рішень, і категорія людей, об'єднаних в економічній, конкурентоспроможній системі управління у сучасному суспільстві.

**Мета** — це ідеальне уявлення про характер діяльності та можливості об'єкта, відносно якого вона встановлена й має відбивати об'єктивні умови його існування, а також коригування структури об'єкта, структури та динаміки процесу досягнення мети, тому мова має йти про сукупність цілей.

**Мета підприємства (товариства)** – це визначення якісних і кількісних характеристик функціонування підприємства, до досягнення яких воно прагне.

**Методи калькулювання** – поділяються на : простий, позамовний, попередільний.

**Модернізація діючого виробничого устаткування** – вдосконалення виробничого устаткування з метою запобігання техніко-економічному старінню та підвищення техніко-експлуатаційних параметрів до рівня сучасних вимог.

**Мотивація** – пошук спонукальних мотивів до здійснення певної роботи працівником чи групою працівників.

**Нематеріальні ресурси** — об'єкти промислової та інтелектуальної власності, здатні приносити користь тривалий час: гудвил, ноу-хау, база знань, база даних, патент, винахід та ін.

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

**Норма чисельності** – необхідна для виконання певної роботи чисельність персоналу.

**Норматив оборотних коштів** – мінімальна сума грошових коштів, яка постійно необхідна для виробничої діяльності.

**Облікова чисельність** – кількість всіх постійних, тимчасових і сезонних працівників, котрих прийнято на роботу терміном на один і більше днів незалежно від того, перебувають вони на роботі, знаходяться у відпустках, відрядженнях, на лікарняному листку тощо.

**Оборотні кошти** – це сукупність грошових коштів підприємства, є необхідних для формування й забезпечення кругообігу виробничих оборотних фондів та фондів обігу.

**Оборотний капітал** – це та частина постійного капіталу, яка витрачається на придбання на ринку предметів праці (сировини, матеріалів, комплектуючих виробів) та оплату праці робочої сили.

**Основний капітал** – це частина постійного капіталу, яка складається з вартості засобів праці (будівель, споруд, машин, устаткування) та обертається протягом кількох періодів виробництва.

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

**Персонал** – сукупність постійних працівників, які мають необхідну професійну підготовку та (або) досвід практичної діяльності.

**Підприємництво** – форма діяльності у сфері виробництва товарів і наданих послуг з метою отримання якомога більшого прибутку.

**Підприємство** – самостійний суб'єкт господарювання, створений комплексним 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 у порядку, передбаченому Господарським кодексом та іншими законами.

**Планування** - наука, що охоплює сукупність систематизованих знань про закономірності формування й функціонування різних господарських систем.

**Повна (первісна й відновна) вартість основних фондів** – це вартість у новому, не зношеному стані.

**Позиковий (залучений) капітал** формується на тимчасовій основі у вигляді довгострокової або (та) короткострокової позики, яка здійснюється у формі банківського кредиту.

**Прибуток** — це частина заново створеної вартості й водночас показник результату фінансово-господарської діяльності підприємства. Узагальнюючими фінансовими показниками діяльності підприємства є валовий і чистий прибуток.

**Продуктивність праці** – кількісне відношення обсягу (маси) отриманого продукту до праці, затраченої на її виготовлення. Вимірюється кількістю продукції, виробленою за оденицю часу (виробітком), або витратами часу на виробництво одиниці продукції (трудомісткістю).

**Професія** – вид трудової діяльності, здійснення якої потребує відповідного комплексу спеціальних знань і практичних навичок.

**Поточна (фактично досягнута) виробнича потужність** - це потужність підприємства, яка визначається періодично у зв'язку зі зміною умов виробництва (номенклатури і структури трудомісткості продукції) або перевищенням проектних показників.

**Поточний ремонт** – збереження засобів праці у придатному для продуктивного використання стані проведення регулярних ремонтно-профілактичних операцій з метою усунення дрібних неполадок і запобігання прогресуючому фізичному спрацюванню.

**Проектна виробнича потужність** – це потужність підприємства, яка визначається в процесі проектування, реконструкції (розширення) діючого або будівництва нового підприємства.

**Резервна виробнича потужність** - це виробнича потужність, що формується на підприємстві для забезпечення продукцією комунальних підприємств у часи пікового попиту, надійного забезпечення енергоресурсами споживачів на період виконання аварійних робіт.

**Реконструкція основних фондів** – розширення та переобладнання основних фондів, які створюють умови для виробничого процесу.

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

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

**Ринок** – система відносин між суб'єктами товарно-грошового обміну як взаємозв'язок між продавцями (виробниками) і покупцями (споживачами) через рух товарів (продуктів) і грошей.

**Робітники** – це персонал, безпосередньо зайнятий у процесі створення матеріальних цінностей, а також зайнятий ремонтом, переміщенням вантажів, перевезенням пасажирів, наданням матеріальних послуг та ін.

**Середньооблікова чисельність** – кількість працівників за певний період, яка визначається як сума середньомісячної чисельності поділена на кількість місяців у розрахунковому періоді.

**Службовці** – працівники, які здійснюють підготовку й оформлення документації, господарське обслуговування, облік і контроль.

**Спеціальність** – різновид трудової діяльності у межах професії.

**Спеціалісти** – працівники, які виконують інженерно-технічні, економічні та інші роботи.

**Собівартість продукції** – це грошова форма витрат на підготовку виробництва, виготовлення та збут продукції.

**Стратегія** — це специфічний управлінський план дій, спрямованих на досягнення встановлених цілей.

**Технічне переозброєння основних фондів** – заміна та оновлення активної частини основних фондів.

**Тривалість обороту оборотних коштів** показує тривалість одного обороту оборотних коштів в днях.

**Трудові ресурси підприємства** — кількість робітників, зайнятих на підприємстві, та тих, хто входить до його складу за основною та допоміжною діяльністю.

**Трудовий потенціал** – це існуючі сьогодні та передбачувані трудові можливості, які визначаються чисельністю, віковою структурою, професійними, кваліфікаційними та іншими характеристиками персоналу підприємства.

**Фінансові ресурси** — сукупність грошових прибутків та надходжень, які знаходяться в розпорядженні підприємства для виконання фінансових обов'язків, здійснення витрат на відтворення підприємства та для стимулювання робітників.

**Явочна чисельність** – кількість працівників, що з'явилися на робочі місця у визначену дату.

**SWOT-аналіз** (аббревіатура англійських слів: P – Policy (політика), E – Economy (економіка), S – Society (суспільство), T – Technology (технологія)) – аналіз який дає змогу проаналізувати зазначені 4 групи чинників зовнішнього середовища.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

### Основна

1. Закон України «Про власність» // Закони України. – Т.2. – С. 173-188.
2. Закон України « Про господарські товариства» // Закони України. – Т.2. – К., 1996. – С.173-180.
3. Закони України «Про лівінг» // Закони України. – Т.13.-К.,1998.-С.356-363.
4. Закони України «Про оподаткування прибутку підприємств» // Закони України. – Т.12.-С.230-281.
5. Господарський кодекс України // [www.Rada.com.ua](http://www.Rada.com.ua).
6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку «Витрати»: затв. наказом Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 р. №318 // Баланс. – 2003. - №5. – С.42-47.
7. Типове положення з планування, обліку та калькулювання собівартості продукції (робіт і послуг) у промисловості: затв. постановою Кабінету Міністрів України від 26 квітня 1996 р . // Бухгалтерський облік і аудит. – 1996. - №7.
8. Володькіна М.В. Економіка промислового підприємства / М.В. Володькіна. – К.:ЦНЛ, 2004. – 196с.
9. Економіка підприємства : підручник / за заг. Ред. С.Ф.Покропивного. – К. : КНЕУ. 2001. – 528с.
10. Кулішов. – К. : Ніка-Центр, 2002. – 216с.
11. Раицкий К.А. Экономика организации (предприятия) / К.А. Раицкий. – М. : Дашков и К°, 2003. – 1012с.
12. Сідун В.А. Економіка підприємства / В.А. Сідун, Ю.В. Пономарьова. – К. : ЦНЛ, 2003. – 436с.

### Додаткова

1. Адамов В.Е. Экономика и статистика фирм / В.Е. Адамов, С.Д. Ильенкова, Т.П. Сиротина, С.А. Смирнов. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 182с.
2. Басовский Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка / Л.Е. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 259с.
3. Бойчик І.М. Економіка підприємства: Навч. посібник- К.: Атіка, 2002.- 480 с.

4. Ващекин Н.П. Безопасность предпринимательской деятельности / Н.П. Ващекин, М.И. Дзлиев, А.Д. Урсул. – М. : Экономика, 2002. – 334с.
5. Ковалев А.Н. Ресурсный потенциал торговых организаций и эффективность его использования [Электронный ресурс]: Дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 .-М.: РГБ, 2003 (Из фондов Российской Государственной библиотеки)
6. Машина Н.І Економічний ризик та методи його вимірювання / Н.І. Машина. – К. : ЦНЛ, 2003. – 188с.
7. Огорокова Л.Г. Методология и принципы эффективного использования и формирования ресурсного потенциала промышленных предприятий: [Электронный ресурс]: Дис. ... д-ра экон.наук : 08.00.05 .-М.: РГБ, 2003 (Из фондов Российской Государственной библиотеки)
8. Петюх В.М. Ринок праці : навч.посібник / В.М. Петюх. – К. : КНЕУ, 2000. – 288с.
9. Подсолонко В.А. Підприємництво / В.А. Подсолонко [та ін.]. – К. : ЦНЛ, 2003. – 616с.
10. Цал-Цалко Ю.С. Витрати підприємства / Ю.С. Цал-Цалко. – К. : ЦУЛ, 2002. – 656с.
11. Шепеленко Г.И. Экономика, организация и планирование на предприятии / Г.И. Шепеленко. – Ростов-н/Д. : МарТ, 2000. – 321с.
12. Стеклова С.Ю. Методология определения ресурсного потенциала строительного предприятия // Менеджмент в России и за рубежом. 2007. № 4 С. 83 – 86



Навчальне видання

**Величко Вікторія Валеріївна**

# **ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА**

Навчальний посібник

*Видано в авторській редакції*

*Комп'ютерне верстання: Ю.П. Степась*

*Дизайн обкладинки: І.П. Шелехов*

Підп. до друку 16.11.09

Формат 60\*80/16

Друк на ризографі

Ум. друк. арк 7,3

Тираж 500 пр.

Зам. №

Видавець і виготовлювач:

Харківська національна академія міського господарства,  
вул. Революції, 12, Харків, 61002

Електронна адреса: [rektorat@ksame.kharkov.ua](mailto:rektorat@ksame.kharkov.ua)

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи: ДК №731 від 19.12.2001