

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Кафедра підприємництва і торгівлі

С.О. Єрмак

Конспект лекцій з дисципліни

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

**Кривий Ріг
2016**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Кафедра підприємництва і торгівлі

С.О. Єрмак

**Конспект лекцій з дисципліни
ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА**

Ступінь: бакалавр

Затверджено на засіданні
кафедри підприємництва і торгівлі
Протокол № 7
від “21” листопада 2016 р.

Схвалено навчально-методичною радою
ДонНУЕТ
Протокол № 4
від “23” грудня 2016 р.

Кривий Ріг
2016

УДК 33:658 (042.4)

Є72

Рецензенти:

О.Є. Бавико, д-р. екон. наук, доцент
С.В. Волошина, канд. екон. наук, доцент

Єрмак, С.О.

Є72 Економіка підприємства. Конспект лекцій [Текст]: для студ. ступеня бакалавр / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. підприємництва і торгівлі; С.О. Єрмак – Кривий Ріг : [ДонНУЕТ], 2016. – 128 с.

Опорний конспект лекцій з дисципліни «Економіка підприємства» для студентів усіх форм навчання представлений у допомогу студентам під час підготовки до аудиторних занять, складання екзаменів (заліків) під час екзаменаційної сесії. Містить перелік нормативно-правових актів, літературних джерел.

© Єрмак С.О., 2016
© Донецький національний
університет економіки й торгівлі імені Михайла
Туган-Барановського, 2016

ЗМІСТ

Вступ	7
Змістовий модуль 1. Основи економічної діяльності підприємств	8
Тема 1. Підприємство як об'єкт і суб'єкт ринкових відносин	8
1.1. Сутність підприємства як об'єкта і суб'єкта ринкових відносин.....	8
1.2. Види діяльності підприємства.....	9
1.3. Правові аспекти функціонування підприємств.....	11
1.4. Види підприємств, їх характеристика.....	13
Тема 2. Середовище функціонування підприємства	17
2.1. Зовнішнє середовище: сутність, фактори що його визначають.....	17
2.2. Мікросередовище підприємства і його складові.....	18
2.3. Чинники макросередовища господарювання підприємства.....	19
2.4. Внутрішнє середовище функціонування підприємства.....	21
Тема 3. Економічне управління підприємством	23
3.1. Сутність управління підприємством і його економічного механізму функціонування.....	23
3.2. Комерційний розрахунок – основа економічного механізму підприємства.....	25
Тема 4. Стратегія підприємства, її формування та передумова реалізації	30
4.1. Сутність, характеристика та необхідність розробки стратегії підприємства.....	30
4.2. Етапи розробки стратегії підприємства, їх класифікація.....	34
Тема 5. Планування діяльності підприємства	38
5.1. Сутність та необхідність планування діяльності підприємства.....	38
5.2. Принципи планування.....	41
5.3. Методи планування на підприємстві.....	43
Змістовий модуль 2. Ресурсний потенціал підприємства	46
Тема 6. Ресурсний потенціал підприємства	46
6.1. Сутність, критерії, основні складові ресурсного потенціалу підприємства.....	46
6.2. Сутність та види ефективності, основний критерій ефективності.....	48
6.3. Показники оцінки ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства.....	50
Тема 7. Матеріальні ресурси підприємства	53

7.1. Сутність і склад матеріальних ресурсів підприємства.....	53
7.2. Вартісна оцінка і класифікація основних фондів.....	54
7.3. Відтворення основних фондів і амортизація.....	56
7.4. Показники стану, забезпеченості й ефективності використання основних фондів.....	58
7.5. Виробнича потужність підприємства.....	62
7.6. Економічна сутність, класифікація та показники ефективності використання оборотних активів.....	67
Тема 8. Нематеріальні ресурси підприємства.....	74
8.1. Нематеріальні ресурси, їх сутність і види.....	74
8.2. Поняття нематеріальних активів, їх склад.....	77
Тема 9. Трудові ресурси підприємства.....	81
9.1. Сутність, класифікація та показники стану трудових ресурсів підприємства.....	81
9.2. Показники ефективності використання трудових ресурсів.....	84
9.3. Форми та системи оплати праці працівників.....	86
Тема 10. Фінансові ресурси підприємства.....	90
10.1. Поняття фінансових ресурсів, джерела їх утворення та напрямки використання.....	90
10.2. Загальна характеристика капіталу підприємства.....	90
Змістовий модуль 3. Ефективність діяльності підприємства.....	93
Тема 11. Оптимізація поточних витрат підприємства.....	93
11.1. Поняття та склад витрат виробництва та обігу.....	93
11.2. Класифікація витрат підприємства.....	94
11.3. Шляхи зниження собівартості продукції.....	95
Тема 12. Фінансові результати діяльності підприємства.....	97
12.1. Поняття доходу підприємства, джерела формування та механізм розподілу.....	97
12.2. Прибуток: сутність, функції, види та чинники, що обумовлюють його розмір.....	99
12.3. Розподіл і використання прибутку.....	105
12.4. Показники рентабельності.....	106
Тема 13. Товарооборот торговельних підприємств.....	110
13.1. Соціально економічний зміст та склад роздрібного товарообігу.....	110
13.2. Оптовий товарооборот: сутність, функції, показники оцінки.....	111
13.3. Соціально-економічна сутність і склад роздрібного товарообігу.....	113
13.4. Зміст та склад товарообороту ресторанного господарства.....	114
13.5. Аналіз і планування товарообороту.....	117

Тема 14. Обґрунтування показників діяльності підприємства.....	121
14.1. Точка беззбитковості.....	121
14.2. Точка мінімального рівню рентабельності.....	123
14.3. Запас фінансової стійкості підприємства.....	124
Перелік літератури.....	126

Вступ

Сучасне підприємство метою господарської діяльності вважає отримання максимального прибутку від вкладених в підприємництво інтелектуальних, фінансових, трудових та матеріальних ресурсів. Господарську діяльність підприємств в сучасних ринкових умовах вивчає галузь науки «Економіка підприємства». В освітньому сенсі – це комплексна дисципліна, яка містить в собі знання про закони ведення господарської діяльності в сучасних умовах.

У пропонованому конспекті лекцій матеріал викладено у відповідності з програмою зазначеного курсу. Навчальний матеріал систематизовано, виділені вузлові питання, за допомогою схем відображено їх основний зміст. Посібник включає 14 тем курсу "Економіка підприємства", в яких розглядається підприємство як суб'єкт і об'єкт ринкових відносин, його господарський механізм і середовище функціонування, складові елементи ресурсного потенціалу підприємства та ефективність його використання, виробничий і торговий процеси, забезпечення підприємств товарно-сировинними і матеріальними ресурсами, сутність і значення витрат підприємства, порядок формування і використання доходів і прибутку, обґрунтування економічно доцільних меж діяльності підприємства. Визначення термінів, понять і алгоритми розрахунків показників господарської діяльності підприємства подані у відповідності з діючими на момент складання Положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку, Господарського і Податкового кодексів і законів України.

Конспект лекцій охоплює всі вузлові питання курсу "Економіка підприємства", що дозволяє студенту самостійно вивчити навчальний матеріал, систематизувати його, концентруючи увагу на основних, вузлових питаннях, вивчити ті положення курсу, які необхідні для засвоєння методики і методології планування показників господарської діяльності підприємства функціонуючого в умовах ринку. Цей курс передбачає теоретичну та практичну підготовку студентів для вирішення конкретних завдань управління діяльністю підприємства в умовах ринку.

Зміст посібника узгоджений з програми таких нормативних дисциплін як «Бухгалтерський облік», «Маркетинг», «Менеджмент», «Економічний аналіз», «Фінанси» та ін.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.

ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Тема 1. Підприємство як об'єкт і суб'єкт ринкових відносин

- 1.1. Сутність підприємства як об'єкта і суб'єкта ринкових відносин.
- 1.2. Види діяльності підприємства
- 1.3. Правові аспекти функціонування підприємств
- 1.4. Види підприємств, їх характеристика

Рекомендована література:[1], [2], [5], [7], [8], [9], [13], [17], [19], [23], [26], [31], [45]

Основні поняття: підприємство, суб'єкт ринку, об'єкт ринку, види діяльності, хазяїнуючий суб'єкт, юридична особа, основи створення й функціонування підприємства, устав підприємства, види підприємств, об'єднання підприємств

1.1. Суть підприємства як суб'єкта і об'єкта ринкових відносин

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

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

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

Відповідно до господарського кодексу України **підприємство** – це самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних і особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торгової або іншої господарської діяльності з метою отримання прибутку.

Воно виступає економічно і юридично відособленим утворенням, яке є суб'єктом, тобто учасником ринкових відносин. Це означає, що підприємство на ринку виступає з одного боку - покупцем, а з іншого боку - продавцем. Підприємство купує засоби виробництва і робочу силу, які з'єднуючись утворюють виробництво, а продає підприємство готову продукцію, виконані роботи або послуги. Будучи рівноправним покупцем і продавцем на ринку, підприємство і саме може бути реалізовано як будь-який інший товар.

Отже, підприємство в умовах ринку, виступаючи як продавець і покупець, є суб'єктом ринку, а як товар - об'єктом ринку.

Функціонування підприємства як господарюючого суб'єкта на ринку пов'язано з певними обмеженнями, які визначають межі його діяльності.

До таких обмежень відносяться:

1. Обмеження, обумовлені ресурсами, тобто ресурси витрачені (матеріальні, трудові) повинні бути менше або рівні таким, що є в наявності.

2. Обмеження, обумовлені попитом, тобто об'єм реалізації завжди менше або рівний об'єму купівельного попиту.

3. Бюджетні (фінансові) обмеження, тобто грошові витрати підприємства повинні бути менше або рівні грошовим ресурсам (сумі грошових фондів і грошових доходів підприємства).

4. Тимчасові обмеження, пов'язані з інфляцією. Цей вид обмежень викликає необхідність максимально скорочувати терміни оборотності грошової готівки підприємства з метою запобігання її знеціненню.

В умовах ринкової економіки найбільш важливим лімітуючим чинником є обмеження, обумовлені попитом. Фінансові обмеження в ринковій економіці є жорсткими. Якщо підприємство неплатоспроможне, воно рано чи пізно збанкрутує.

Підприємство вважається юридичною особою після його державної реєстрації в установленому порядку і повинно володіти певними ознаками:

1. Наявність відособленого майна
2. Здатність відповідати майном за своїми зобов'язаннями
3. Здатність виступати в господарському обороті від свого імені, тобто відповідно до законодавства, укладати всі види цивільно-правових договорів
4. Наявність самостійного балансу
5. Наявність закінченої системи обліку і звітності
6. Наявність розрахункового рахунку в банці
7. Наявність друку з власною назвою
8. Наявність засновницьких документів
9. Право бути позивачем, пред'являти винній стороні позови, а також бути відповідачем в суді

1.2. Види діяльності підприємства

У практиці господарювання кожне підприємство є складною виробничо-економічною системою, що здійснює багато конкретних видів діяльності, які можна згрупувати в окремі головні напрями (рис. 1.1).

Відповідно до логіки відтворювального процесу початковим напрямом діяльності кожного підприємства в умовах ринку є вивчення ринку товарів, яке передбачає комплексне дослідження ринку, рівня конкурентоспроможності, цін на продукцію, інших вимог споживачів, методів формування попиту і каналів руху товару, зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства.

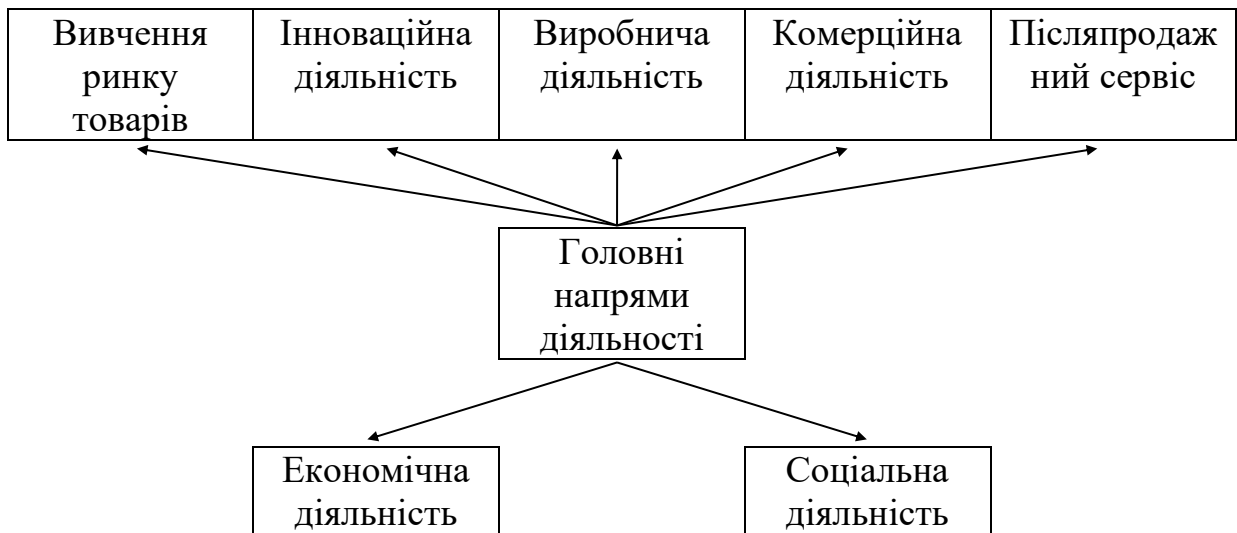


Рисунок 1.1 - Взаємоузгоджені головні напрями діяльності підприємства (функції)

Результати дослідження ринку товарів і послуг виступають початковою базою для обґрунтування конкретних шляхів удосконалення і розвитку інноваційної діяльності підприємства на перспективний період. Інноваційна діяльність охоплює науково-технічні розробки, технологічну і конструктивну підготовку виробництва, впровадження технічних, організаційних і інших нововведень, формування інвестиційної політики на найближчі роки, визначення об'єму необхідних інвестицій.

Виробнича діяльність підприємства є найбільш складним напрямом діяльності. Найбільш важливими складовими цієї діяльності є:

- обґрунтування об'єму виробництва продукції певної номенклатури і асортименту, що відповідають потребам ринку;
- формування маркетингових програм для окремих ринків і кожного виду продукції, їх оптимізація щодо виробничих потужностей підприємства;
- збалансування виробничої потужності і програм випуску продукції, забезпечення виробництва необхідними матеріально-технічними ресурсами;
- розробка і виконання узгоджених оперативно-календарних графіків випуску продукції.

Ефективність інноваційно-виробничих процесів на підприємствах багато в чому визначається рівнем його комерційної діяльності, це постачання сировини, запчастин, устаткування і реалізація готової продукції. Значущість цієї діяльності в умовах ринку зросла. Це очевидно, оскільки від масштабів і кількості саме цього напрямку діяльності залежить фінансова результативність виробництва. Необхідною умовою успішності комерційної діяльності є дієва реклама і безпосередня організація збуту продукції, розвиток товарних бірж, стимулювання покупців.

Завершує відтворювальний цикл наступний напрям діяльності - післяпродажний сервіс багатьох видів товарів. Післяпродажний сервіс охоплює пуско-налагоджувальні роботи у сфері використання товарів, їх

гарантійне обслуговування впродовж певного часу, забезпечення необхідними запасними частинами і проведення ремонтів протягом нормативного терміну. Цей вид діяльності дає можливість зібрати інформацію про експлуатаційні якості товарів, яка використовується для вдосконалення продукції.

Інтегрованим напрямом діяльності підприємства, що пронизує всі його напрями є економічна діяльність підприємства. Вона, зокрема, включає: стратегічне і поточне планування, облік і звітність, ціноутворення, систему оплати праці, ресурсне забезпечення виробництва, зовнішньоекономічну і фінансову діяльність. Цей напрям діяльності є визначним для оцінки і регулювання всіх елементів в системі господарювання на підприємстві.

Важливе значення має соціальна діяльність, оскільки істотно впливає на ефективність всіх інших видів діяльності. Складовими цієї діяльності є: професійна підготовка і підтримка рівня компетентності всіх категорій працівників, застосування дієвого мотиваційного механізму, підтримка на належному рівні умов праці і життя трудового колективу. Ефективне управління персоналом є пріоритетом для діяльності підприємства в умовах соціально-орієнтованої ринкової економіки.

1.3. Правові основи створення і функціонування підприємства

Підприємства повинні діяти і господарювати в рамках законодавства, яке регулює всі напрями його діяльності. Визначаючим серед юридичних актів для підприємства є Господарський Кодекс України, Закони України “Про власність”, Положення про реєстрацію підприємництва, відповідно до якого розробляються статут підприємства, колективний і засновницький договори, регулюючий відносини трудового колективу з адміністрацією підприємства.

Всі законодавчі документи по створенню і регулюванню діяльності підприємств містять спеціальні розділи, що визначають створення економічного механізму господарювання. У них відбиваються:

- 1) механізм формування власності підприємства;
- 2) організація господарської діяльності на основі Статуту підприємства;
- 3) механізм взаємин з партнерами, державою, регіонами і іншими інститутами суспільства;
- 4) організація праці і зарплати, соцстраху і пенсійного забезпечення трудящих підприємства.

Гарантом дотримання законів є держава в особі президента.

Господарський Кодекс України:

визначає види і організаційні форми підприємства, правила їх створення і ліквідації, механізм здійснення ними підприємницької діяльності;

створює рівні правові умови для діяльності підприємств незалежно від форм власності на майно і системи господарювання;

забезпечує самостійність підприємств, чітко фіксує їх права і відповідальність в здійсненні господарської діяльності, регулює відносини з іншими господарюючими суб'єктами і державою.

Статут підприємства є певний набір правил, які регулюють сукупну діяльність підприємства, взаємини з іншими суб'єктами.

Статут затверджується власником або засновником підприємства, а для держпідприємств - власником майна за участю трудового колективу.

Статут визначає відносини між підприємством і суспільством.

У Статуті повинні бути визначені:

точне найменування і місцезнаходження підприємства;

власник або засновник;

основна місія і цілі підприємства;

органи управління і порядок їх формування;

компетенція трудового колективу і його виборних органів;

джерела і порядок створення майна;

умови реорганізації і ліквідації підприємства.

орган, який має право представляти інтереси трудового колективу.

У нього можуть бути включені положення, пов'язані з особливостями діяльності підприємства: про трудові відносини, які виникають на основі членства; про повноваження ради підприємства і ін.

Колективний договір - угода між трудовим колективом в особі профспілки і адміністрацією, яке укладається строком на рік і не може суперечити чинному законодавству.

Колективний договір регулює виробничі, трудові і економічні відносини трудового колективу і адміністрації будь-якого підприємства, яке використовує найману працю.

У колективний договір включаються зобов'язання з проведення конкретних заходів щодо створення сприятливих для здоров'я людей умов праці; впровадження нових технологій і устаткування, які полегшують працю і покращують стан навколишнього середовища, будівництва житла, будинків відпочинку, медичних і дошкільних установ. У колективному договорі передбачаються заходи по забезпеченню зростання продуктивності праці і оплати праці, професійній підготовці і підвищенню кваліфікації кадрів, соціальному захисту працівників підприємства.

Колективний договір повинен містити окремий розділ про участь працівників у використанні прибутку, якщо це передбачено статутом.

Хід виконання колективного договору періодично (не менш 2-х разів на рік) розглядається у формі взаємозвітів на зборах трудового колективу.

Засновницький договір - це документ, який визначає відношення між засновниками фірми. У засновницькому договорі записуються:

- які правила управління фірмою встановлюють для себе власники (рівні права при обговоренні і ухваленні рішення або з відома всіх її власників і т.д.);

- правила, згідно яким ділитиметься прибуток;

- порядок виходу одного або декількох засновників;

- зобов'язання засновників;
- інформація про засновників;
- розміри і порядок формування статутного капіталу.

1.4. Види підприємств і їх характеристика

Для практики господарювання в ринкових умовах, кваліфікованого управління підприємствами виключно важливою є їх чітка і повна класифікація.

Різноманіття підприємств може бути кваліфіковано за наступними ознаками (рис.1.2.).

Одноосібне володіння (індивідуальна приватна фірма) — це фірма, яка належить одній особі. У ній можуть працювати найняті працівники.

Переваги одноосібного володіння:

- легкість заснування та ліквідації;
- особистий контроль за фірмою, повна свобода дії та рішень;
- можливість одержувати задоволення, працюючи на самого себе;
- податкові пільги;
- конфіденційність (плани, звіти, стратегії, клієнтура, ноу-хау та ін.);
- можливість індивідуально присвоювати увесь прибуток.

Недоліки одноосібного володіння:

- необмежена відповідальність власника;
- обмеженість фінансових ресурсів;
- труднощі при спробі одержати кредит під низькі відсотки;
- недостатність менеджерських здібностей, кваліфікацій, практичних навичок;

— строк функціонування одноосібного володіння залежить від волі, рішення однієї особи (власника) або тривалості його життя.

Товариство (партнерство) — це узаконене добровільне об'єднання двох або більш осіб, які виступають як співвласники фірми та здійснюють управління нею з метою одержання прибутку.

Переваги товариства:

- простота створення;
- можливість об'єднати практичні навички і здібності, матеріальні ресурси для ведення спільного бізнесу;
- розширення джерел фінансування і кредитування;
- право юридичної особи;
- можливість розгорнути більш перспективну справу;
- податкові пільги;
- можливість продовжувати бізнес незалежно від зміни власників.

Недоліки товариства:

- необмежена відповідальність головних партнерів (засновників);
- імовірність особистих конфліктів між партнерами (членами фірми);

Таблиця 1.1 - Класифікація підприємств за основними ознаками

Класифікаційні ознаки	Види підприємств	
1. Мета і характер діяльності	Комерційні Некомерційні	
2. Форма власності на майно	Приватні Колективні Державні Змішані	
3. Приналежність капіталу	Національні Зарубіжні Спільні	
4. Правовий статус і форма господарювання	Одноособові Господарські суспільства товариства (партнерства): - загальне (генеральне) - з обмеженою відповідальністю - з додатковою відповідальністю - командитне - кооперативи - орендне акціонерні підприємства: - відкритого типу - закритого типу	
5. Функціонально-галузевий вид діяльності	Виробничі - промислові - сільськогосподарські - будівельні - транспортні Торгові - роздрібні - оптові - виробничо-торгові - торгово-посередницькі Фінансові - банківські - факторингові - страхові - лізингові - фондові біржі Побутового обслуговування - ательє - лазні - перукарні і ін. Туристичні і ін.	
6. Технологічна цілісність і ступінь підлеглості	Головні Філіали	Асоціації Дочірні
7. Розмір чисельності працівників	Малі Середні	Великі Мікропідприємства
8. Технологія	Підприємства із простою технологією Зі складною технологією Із суперскладною технологією	

— недостатньо чітке розмежування відповідальності партнерів в управлінні;

— потенційна загроза конкуренції між найнятими робітниками за статус партнера.

Підприємства мають право на добровільних засадах об'єднувати свою діяльність в цілому або по окремих напрямках, якщо це не заперечує антимонопольному законодавству. Світова практика дає велику різноманітність об'єднань підприємств: асоціація, корпорація, концерн, картель, синдикат, трест, холдинг, фінансова група.

Об'єднання підприємств — здійснюється, як правило, на добровільних засадах та передбачає об'єднання виробничої, комерційної або іншої діяльності.

Переваги об'єднання підприємств:

— розширення капіталу, матеріальної бази, джерел постачання сировини, матеріалів або готової продукції;

— можливість зниження витрат виробництва;

— підвищення конкурентоспроможності;

— одержання «менеджерського таланту» іншого підприємства;

— розширення ринку;

— зниження ступеня господарського ризику;

— можливості більш раціональних капіталовкладень;

— об'єднання фінансових ресурсів на науково-дослідні роботи та подальший розвиток;

— можливості більш раціонального продажу та розподілу продукції;

— придбання цінних промислових ноу-хау, репутації торгової марки іншого підприємства.

Недоліки об'єднання підприємств:

— втрата гнучкості;

— ускладнення організаційної структури;

— можливості втрати торгової марки, назви підприємства, репутації, клієнтури, виробничих секретів;

— імовірність конфліктів та суперечностей у внутрішній структурі створюваного об'єднання;

— можливості тимчасового припинення виробничого процесу.

Питання для самоконтролю:

1. Яке місце в економічній системі сучасного суспільства займає підприємство?
2. Назвіть основні документи, що регулюють діяльність підприємства.
3. Основні види діяльності підприємства.
4. Дайте визначення підприємству згідно з Господарським кодексом України.
5. Види та організаційні форми підприємств.
6. Класифікація підприємств за різними ознаками.

7. Назвіть переваги господарських товариств.
8. Основні переваги та недоліки акціонерного товариства.
9. Переваги і недоліки функціонування об'єднань підприємств в Україні.
10. Охарактеризуйте основні функціональні підрозділи великого підприємства.

Тема 2. Середовище функціонування підприємства

- 2.1. Зовнішнє середовище: сутність, фактори що його визначають
- 2.2. Мікросередовище підприємства і його складові
- 2.3. Чинники макросередовища господарювання підприємства
- 2.4. Внутрішнє середовище функціонування підприємства

Рекомендована література:[1], [3], [4], [5], [6], [10], [17], [18], [20], [26], [31], [45]

Основні поняття: зовнішнє середовище, внутрішнє середовище, макросередовище, мікросередовище, споживачі, постачальники, конкуренти, контактні аудиторії, внутрішнє середовище підприємства

2.1. Зовнішнє середовище: сутність, чинники, що його визначають

Підприємство є економічний механізм, система. Ця система не може функціонувати ізольовано, вона взаємодіє з навколишнім середовищем, оскільки підприємство: купує сировину; отримує зовні ресурси; реалізує продукцію і послуги; платить податки; отримує інформацію; використовує кадри, підготовку яких підприємство не здійснює. Таким чином, підприємство як відкрита система постійно взаємодіє з навколишнім середовищем.

Під зовнішнім середовищем розуміється сукупність господарських суб'єктів, економічних, соціальних, правових і природних умов, національних і міждержавних інституційних структур і інших зовнішніх, щодо підприємства, умов і чинників, які діють в глобальному оточенні.

Іншими словами, зовнішнє середовище функціонування підприємства – сукупність активних суб'єктів і сил, що діють за його межами і впливають на можливість керівництва встановлювати і підтримувати з цільовими клієнтами відносини успішної співпраці.

Практично всі чинники зовнішнього середовища відносяться до неконтрольованих з боку підприємства. Але, разом з тим, підприємство може не тільки пристосовуватися до змін зовнішнього середовища, але і, у певній мірі, впливати на нього.

Залежно від характеру впливу зовнішнє оточення підрозділяють на мікро- і макросередовище. Чинники макро- і мікросередовища вивчаються в курсі “Економіка підприємства” для того, щоб уміло їх використовувати при розробці планів господарської діяльності підприємства.

Макросередовище – це середовище непрямої дії на діяльність підприємства, тобто загальне оточення підприємства. Воно охоплює матеріально-технічні і економічні умови, суспільні відносини і інститути і інші чинники, які впливають на підприємства і їх мікросередовище опосередковано. Серед найбільш важливих компонентів макросередовища

виділяють природне, демографічне, науково-технічне, економічне, екологічне, політичне і міжнародне оточення.

Макросередовище робить вплив на мікросередовище діяльності підприємства.

Мікросередовище - це середовище прямого впливу на підприємство, найближче оточення підприємства. Його створюють певні суб'єкти - споживачі, конкуренти, державні органи, фінансово-кредитні установи і інші зовнішні агенти і контрагенти. Оскільки підприємство є системоутворюючим центром мікросередовища, то будь-які зміни в його діяльності роблять прямий і зворотний вплив на всі взаємозв'язані з ним елементи середовища і на середовище в цілому.

Зовнішнє середовище мінливе, накладає обмеження і повну невизначеність і глибоко зачіпає життя підприємства.

Динамічність зовнішнього середовища, диверсифікація і взаємозв'язок її чинників, ускладнюють, перешкоджають точному і одночасному обліку всіх можливих наслідків постійного впливу на різноманітну діяльність підприємства. Приймаючи це до уваги, керівники підприємств повинні обмежувати спектр обліку зовнішніх чинників господарювання, віддавати перевагу тим з них, які найсильніше впливають на результати діяльності. Досягненню цієї мети багато в чому сприяє правильне визначення мікросередовища підприємства і чинників, що діють в ній.

2.2. Мікросередовище підприємства і його складові

Аналіз мікросередовища підприємства дозволяє виявити чинники, що безпосередньо впливають на діяльність даного підприємства, тобто середовище прямої дії.

Ступінь складності і рухливості мікросередовища, глибина і спрямованість впливу тих або інших чинників, визначаються характером, призначенням і конструктивно-технологічними особливостями продукції (послуги), що виготовляється, і обумовленими цим різноманітними виробничо-господарськими зв'язками, які враховуються при проектуванні організаційної структури підприємств і обґрунтуванні напрямів її адаптації у зв'язку з можливими змінами оточення.

Важливою особливістю чинників мікросередовища є інтенсивність і постійний характер впливу, направлений на зміну базових внутрішніх змінних підприємства. Це вимагає оперативної розробки господарських заходів щодо пом'якшення їх негативних наслідків або, навпаки, повнішого використання сприятливих можливостей.

До чинників мікросередовища відносять:

Постачальники – фірми, компанії і індивідуальні підприємці, які проводять і забезпечують виробників необхідними ресурсами - сировиною, устаткуванням, електроенергією, паливом. Різного роду події, що порушують нормальний ритм роботи постачальників можуть привести до небажаних наслідків для підприємства.

Посередники – це фірми, організації або окремі особи, які забезпечують для підприємства просування, розподіл і продаж товарів на ринку. До них відносяться агенти, брокери, транспортні і складські організації, рекламні агентства, кредитно-фінансові установи.

Споживачі (клієнтура) – кінцева мета для будь-якого підприємства, відносини, що складаються з клієнтами, їх розвиток і взаємовигода багато в чому визначають успіх діяльності.

Конкуренти – невід'ємний елемент мікросередовища. Вони впливають на вибір компанією ринків, посередників, постачальників, на формування асортименту товарів і на цілий комплекс діяльності.

Підприємство також може взаємодіяти з **контактними аудиторіями** – групами осіб, що виявляють реальну або потенційну цікавість до підприємства або роблять вплив на його здатність досягати поставлених цілей. Контактні аудиторії або сприяють або протидіють діяльності фірми. До них відносяться: фінансові круги (банки, інвестиційні компанії, біржі, брокерські організації), засоби масової інформації, державні установи, споживчі групи, добродійні організації, внутрішні контактні аудиторії (працівники і службовці).

2.3. Чинники макросередовища господарювання підприємства

У складному макросередовищі, що оточує підприємство, діє більша кількість чинників, ніж в мікросередовищі. Цим чинникам властивий високий рівень варіантності, невизначеності і непередбачуваності можливих наслідків. Така дія чинників макросередовища обумовлена тим, що вони впливають на підприємство і суб'єкти його оточення не прямо, а опосередковано.

Основні чинники макросередовища систематизовані в таблиці 2.1.

До чинників, що роблять найбільший вплив на підприємство, відносяться економічні і політичні.

Розглянуті чинники мікро- і макросередовища по відношенню до підприємства грають неоднакову роль і можуть залежати від обставин впливати на його діяльність позитивно, негативно або залишитися нейтральними. Комбінаційний склад чинника, їх варіації, пріоритети і ваговитість залежать від мети підприємства, видів його діяльності, організаційно-господарської структури, складності господарських зв'язків, а також від конкретних ситуацій, в яких може опинитися підприємство.

Аналіз зовнішнього середовища і кількісна оцінка її впливу на підприємство здійснюється по такій схемі:

Таблиця 2.1 - Диференціація і механізм обліку дії чинників макросередовища

Чинники		Де і як враховуються на підприємстві	
Інтегрована	Диференційовані	Вид діяльності	Форма і спосіб обліку
Природні	Наявність ресурсів по видах Ступінь освоєння і використання ресурсів	Інвестиційна Інноваційна Виробнича	При розробці національної стратегії імпорту ресурсів, обґрунтування власних і зарубіжних інвестицій, розвитку виробництва відповідних видів продукції, політики ресурсозберігання.
Демографічні	Чисельність і статевий склад населення Територіальний розподіл частини активного населення	Маркетингова Виробнича	При виборі перспективних напрямів підприємницької діяльності з задоволення потреб різних шарів населення і забезпечення підприємства необхідними трудовими ресурсами.
Науково-технічні	Науково-технічна політика держави Рівень технології Технічний рівень і якість продукції (послуг)	Маркетингова Інвестиційна Виробнича	При визначенні ринкового попиту пріоритетів інвестування, інноваційних проєктів, організації нових виробництв з використанням новітньої технології
Економічні	Ступінь державного регулювання економіки Система оподаткування Мінімальні розміри заробітної плати і пенсії Індикативні плани Програми на перспективу	Всі види діяльності	Шляхом постійної діагностики і оцінки можливих для підприємства наслідків зміни економічних важелів і регуляторів
Екологічні	Екологічна безпека навколишнього середовища. Екологізація виробництва	Всі види діяльності	При обґрунтуванні і реалізації проєктів екологізації виробництва, включаючи обґрунтування умов виробництва і виробництва екологічно чистої продукції
Політичні	Політична стабільність в суспільстві Взаємодія законодавчої та виконавчої влади Професійний рівень політиків	Інвестиційна Виробнича Комерційна	Шляхом впливу на владні дії держави, недопущення протистояння в суспільстві некомпетентного втручання політиків в процеси управління економікою
Міжнародні	Науково-технічна співпраця Об'єми експорту і імпорту продукції Підготовка кадрів	Інноваційна Виробнича Економічна	При встановленні прямих контактів із зарубіжними партнерами і створенням спільних підприємств розробка стратегії розвитку виробництва і підготовки кадрів

1) на основі якісних оцінок зовнішнього середовища виявляються пріоритетні для підприємства компоненти середовища і чинники, які діють в ній;

2) проводиться зважування кожного з компонентів (чинників) середовища, що активно діють, тобто вимірюється їх значущість для підприємства, це здійснюється в діапазоні прийнятих максимальних і мінімальних значень чинників;

3) обчислюється кількісна характеристика впливу кожного чинника на підприємство в діапазоні прийнятої шкали балів;

4) на основі отриманої інформації здійснюється оцінка сильних і слабких сторін підприємства, виявляються його потенційні можливості, внутрішні недоліки і зовнішні проблеми, результати аналізу зовнішнього середовища враховуються при розробці планів і прогнозів розвитку господарської діяльності підприємства.

Аналіз зовнішнього середовища дає підприємству час для прогнозування можливостей, час для складання плану на випадок непередбачених обставин, час для розробки системи раннього попередження на випадок можливих погроз і час на розробку стратегій, які можуть перетворити колишні погрози на вигідні можливості.

2.4. Внутрішнє середовище функціонування підприємства

Внутрішнє середовище, тобто взаємини усередині самої фірми – це відносини між різними її службами і підрозділами, які залежать не тільки від внутрішньої культури фірми, але і від її формальної і неформальної структури. Від ступеня розвитку цих відносин залежить успіх в досягненні завдань, що стоять перед фірмою, тому важ комплекс внутріфірмових відносин повинен ретельно аналізуватися, а при необхідності і коректуватися.

Отже, внутрішнє середовище охоплює організаційну структуру, персонал, матеріальні, нематеріальні, фінансові ресурси, організаційну культуру, імідж підприємства. Внутрішнє середовище кожної організації формується під впливом чинників, що роблять безпосередній вплив на процес перетворень на підприємстві.

До чинників внутрішнього середовища функціонування підприємства відносять: цілі, структуру, завдання, технологію, людей.

Цілі – це конкретний стан або бажаний результат, до якого прагне підприємство в майбутньому періоді.

Структура – це логічні взаємини рівнів управління і функціональних областей, які дозволяють найефективніше досягти цілей підприємства.

Завдання – це наказана робота, серія робіт або частина роботи, яка повинна бути виконана наперед встановленим способом в наперед встановлені терміни. Завдання наказують не працівникові, а його посаді.

Вони діляться на три категорії: робота з людьми, з предметами праці, з інформацією.

Технологія – це поєднання кваліфікованих навиків, устаткування, інструментів і відповідних технічних знань, необхідних для здійснення бажаних перетворень в матеріалах, інформації, людях. Іншими словами, це засіб перетворення сировини (люди, інформація, матеріали) в шукані продукти

Люди – це головний чинник в діяльності підприємства.

Всі змінні внутрішнього середовища взаємозв'язані, взаємозалежні і повинні формуватися в оптимальному співвідношенні (рис. 2.2).

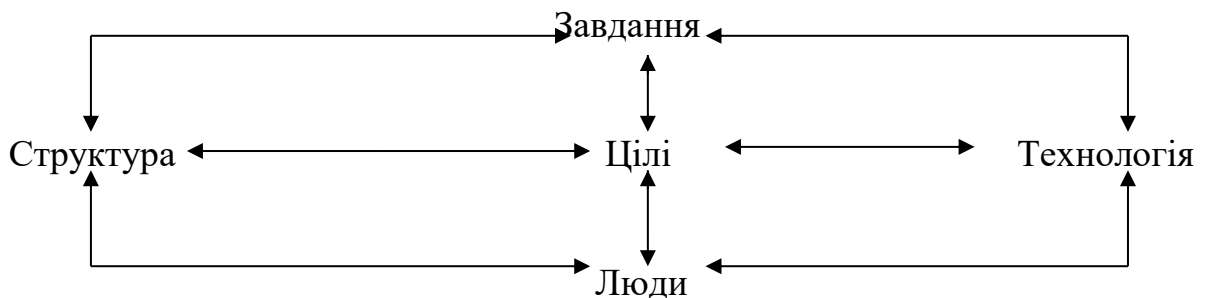


Рисунок 2.2 - Взаємозв'язок чинників внутрішнього середовища функціонування підприємства.

Питання для самоконтролю:

1. Розкрити поняття "зовнішнє середовище".
2. Сутність макро- та мікросередовища.
3. Перелічіть елементи мікросередовища.
4. Який вплив фактори мікросередовища чинять на діяльність підприємства.
5. Охарактеризуйте фактори макросередовища.
6. Необхідність аналізу макросередовища підприємства.
7. Сутність внутрішнього середовища функціонування підприємства.

Тема 3. Економічне управління підприємством

3.1. Сутність управління підприємством і його економічного механізму функціонування

3.2. Комерційний розрахунок – основа економічного механізму підприємства.

Рекомендована література:[1], [3], [5], [7], [13], [17], [23], [26], [31], [45]

Основні поняття: господарський механізм, економічний механізм функціонування підприємства, комерційний розрахунок, рентабельність, самоокупність, самофінансування

3.1. Сутність господарського і економічного механізмів підприємства

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

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

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

Управління (Management) – це цілеспрямований вплив апарату управління суб'єкта господарювання на трудовий колектив для досягнення поставленої мети.

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

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

За загальним правилом органи управління підприємством згідно розподілу власних повноважень поділяються на вищі (законодавчі), виконавчі та контрольні. До компетенції вищих органів управління підприємством –

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

Управління підприємством здійснюється відповідно до його установчих документів на основі поєднання прав власника (стосовно господарського використання його майна та отримання прибутку) і самоврядування трудового колективу. При цьому власник підприємства здійснює свої права по управлінню безпосередньо сам або через уповноважені ним органи. Останні вправі делегувати це право органу управління – раді підприємства (правлінню), чи іншому передбаченому установчими документами органу. Безпосередньо у всіх зовнішніх правовідносинах інтереси підприємства представляє його керівник. Керівник наймається чизначається власником підприємства. В корпоративних підприємствах він може обиратись. З керівником власником чи уповноваженим ним органом укладається трудовий договір (контракт), в якому визначаються права, строк, обов'язки та його відповідальність перед власником та трудовим колективом, умови матеріального забезпечення та звільнення з посади. Керівник підприємства самостійно вирішує питання діяльності підприємства, за виключенням тих, що віднесені установчими документами до компетенції інших органів управління підприємством. Власник майна не вправі вмішуватись в оперативну діяльність керівника підприємства. Керівник призначає та звільнює з посад своїх заступників, керівників та спеціалістів апарату управління та структурних підрозділів.

Рішення по соціально-економічним питанням стосовно діяльності підприємства розробляються та приймаються його органами управління за участю трудового колективу чи уповноважених ним органів. Останніми може бути Рада трудового колективу, її голова, а частіше профспілковий орган. В тому разі, коли підприємство діє на корпоративних засадах, вищим керівним органом підприємства є загальні збори власників. Виконавчі функції по управлінню таким підприємством здійснює вибране загальними зборами правління. Його вибори проводяться таємно власниками майна на альтернативній основі, а повноваження визначаються установчими документами.

Економічний механізм функціонування підприємства - це цілісна функціонуюча система організації економічної діяльності підприємства, що заснована на певній формі власності, використовує відповідні методи і важелі підприємницької діяльності.

ЕМФП формується одночасно з його створенням і розвивається на основі відповідних законодавчих актів. ЕМФП - закріплюється в Статуті підприємства і колективному договорі. ЕМФП формується на основі

економічних законів, властивих даному суспільству. ЕМФП залежить від форми власності на засоби виробництва і результати праці, від розмірів капіталу, від вартості діяльності підприємства.

В умовах товарно-грошових відносин основний метод, на якому будується ЕМФП, визначається еквівалентністю обміну і називається цей метод **комерційним розрахунком**.

3.2. Комерційний розрахунок – основа економічного механізму підприємства

Перехід від планової економіки до ринку має поступальний, еволюційний характер — від періоду повної економічної кризи до стабілізуючого періоду, що проходить у кілька етапів і вносить докорінні зміни в структуру державного управління, впровадження інвестиційної та інноваційної діяльності, зростання внутрішніх накопичень і приплив зовнішнього капіталу.

В директивній економіці основним методом господарювання був госпрозрахунок. Оскільки всі підприємства були державними або кооперативними, основним принципом госпрозрахунку була не економічна самостійність, а господарсько-оперативна самостійність. Це означало, що підприємствам надавалася свобода дій тільки в певних рамках, які встановлювалися державою через систему директивних показників. На госпрозрахунку знаходилися навіть збиткові підприємства, тим самим порушувався принцип госпрозрахунку рентабельна (прибуткова) робота підприємств. Поняття "банкрутство" в господарській практиці взагалі не існувало.

Таким чином, госпрозрахунок носив формальний характер. Тільки перехід до ринку створив передумови до появи реального розрахунку, а саме комерційного розрахунку.

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

Комерційний розрахунок є природним розвитком господарського розрахунку в умовах становлення ринку.

В економічній науці комерційний розрахунок розглядається в двох аспектах: як економічна категорія і як метод господарювання.

Як економічна категорія комерційний розрахунок - це система економічних відносин, що виникають з приводу зіставлення витрат і результатів господарської діяльності в цілях максимізації прибутку.

Як метод господарювання комерційний розрахунок є елементом економічного управління і полягає в :

- координації інтересів суспільства з інтересами підприємств;
- зіставленні витрат і результатів господарської діяльності;

- забезпеченні безпосереднього прямого зв'язку між ефективністю і доходами членів колективу;

- державній дії на підприємства за допомогою економічних інструментів - податки, кредит, державні замовлення і контракти (пряме і непряме регулювання).

Сутність комерційного розрахунку найповніше розкривається в його принципах.

Основними принципами комерційного розрахунку є:

- економічна самостійність;
- самоокупність і самофінансування;
- матеріальна зацікавленість в підвищенні ефективності господарської діяльності;
- повна економічна відповідальність за результати роботи;
- контроль за діяльністю підприємств з боку держави і кредитно-фінансової системи.

Справжній комерційний розрахунок може бути забезпечений лише при одночасному здійсненні всіх принципів. Ігнорування хоча б одного з них перетворює комерційний розрахунок на формальність.

Економічна самостійність передбачає, що підприємство:

- вільно вибирає види діяльності;
- самостійно складає плани своєї роботи на основі державних замовлень і договорів з госпрозрахунковими підприємствами, а також виходячи з власних оцінок, потреб ринку і своїх можливостей;
- самостійно вибирає постачальників, асортимент сировини і напівфабрикатів, що закупляються, і т.д.;
- самостійно встановлює ціни на товари і послуги, виходячи з ринкової ситуації, власних витрат і доходів;
- самостійно у виборі джерел формування фінансових ресурсів для господарської діяльності;
- самостійно здійснює зовнішньоекономічну діяльність;
- самостійно здійснює наймання робочої сили;
- самостійно розподіляє і використовує чистий прибуток підприємства.

В умовах реальної господарської самостійності підприємств керівництво народним господарством здійснюється державою через систему регулювання шляхом використання економічних важелів: податків, відсоткових ставок за кредит, державні замовлення, правила ціноутворення, орієнтуючи підприємства на такий господарській розвиток, який знаходиться в руслі державного інтересу. Саме положення підприємства в народному господарстві передбачає встановлення йому суспільством певних параметрів діяльності (правил поведінки). Ці параметри і повинні погоджувати інтереси суспільства і підприємства. Питання в тому, які це параметри. Якщо це директиви, то розрахунок формальний, якщо це орієнтири, то розрахунок - реальний.

Кожне підприємство повинне повністю покривати свої витрати за рахунок одержуваних доходів. Самоокупність забезпечує просте

відтворювання на підприємстві. Проте цього недостатньо для забезпечення справжнього розрахунку, оскільки це не дозволяє розширювати господарську діяльність. Тому кожне підприємство повинне забезпечити не тільки самоокупність, але і певне перевищення грошового доходу над витратами, тобто прибутковість в діяльності.

Тривалий час в нашій економіці існував механізм по якому держбюджет спочатку забирав доходи підприємств, а потім частково повертав ним. Проте це повернення вже не залежало від результатів діяльності підприємства. Тому такий розрахунок не був справжнім. Щоб вирішити цю задачу, потрібно було істотно підняти межу в розподілі доходу між підприємством і суспільством - від нижньої межі (самоокупність) до такого рівня, щоб підприємство могло забезпечити задоволення всіх потреб колективу залежно від підсумків роботи. Цей рівень характеризує верхню межу в пропорції розподілу доходу, оскільки весь грошовий дохід не може бути поверненим на підприємство, тому що частина доходу повинна надійти до держави. Забезпечення підприємств ресурсами на комерційній основі в повному обсязі, тобто по верхній межі пропорції розподілу грошового доходу і утворює систему, що отримала назву „самофінансування”.

Таким чином перехід до самофінансування - це природний розвиток комерційного розрахунку. Самофінансування в цьому значенні означає перехід від формального до справжнього розрахунку. Самоокупність - це основа самофінансування. Самофінансування, у свою чергу - продовження, розвиток самоокупності. Таким чином, сутність комерційного розрахунку повинна зв'язуватися з повним кругообігом засобів.

Матеріальна зацікавленість колективу і окремих працівників втілюється в такій системі розподілу доходів і стимулювання праці, при якій і колектив, і окремі працівники зацікавлені в розширенні господарської діяльності при одночасній економії витрат і підвищенні ефективності господарювання. Цей принцип проявляється в організації оплати праці відповідно до її кількості і якості, а також у розподілі прибутків. Чим краще працює підприємство, тим більша сума прибутку йому залишається. Ці кошти витрачаються на оплату праці, соціальний і виробничий розвиток.

Принцип ув'язки системи матеріального заохочення з кінцевими результатами діяльності передбачає розвиток і вдосконалення форм оплати праці, розвиток системи преміювання, колективних форм оплати і т.д.

Матеріальна відповідальність підприємства за результати своєї роботи. Даний принцип передбачає обопільну матеріальну відповідальність підприємства і всіх суб'єктів, з якими воно вступає у госпрозрахункові відносини. Торгівельне підприємство несе відповідальність перед бюджетом за своєчасну сплату податків, перед банками, перед постачальниками за виконання договірних відносин. В умовах комерційного розрахунку погіршення результатів діяльності підприємств спричиняє за собою скорочення можливостей розвитку аж до припинення його діяльності.

Принцип матеріальної відповідальності розповсюджується також на працівників підприємства: вони відповідають за недостачі, позбавляються премій за порушення правил торгівлі, безгосподарність.

Контроль фінансово-господарської діяльності через розрахунки. Цей контроль здійснюється всередині підприємства шляхом обліку і аналізу результатів роботи. Контроль здійснюється постачальниками і покупцями в ході виконання договорів. Банки проводять контроль в ході кредитування, а також через систему розрахунків, фінансові органи по платежах до бюджету.

Як економічна категорія комерційний розрахунок не може бути розділений на частини або види. Обидві сторони розрахункових відносин комерційного розрахунку утворюють єдину систему розрахункових взаємостосунків. В той же час як метод господарювання він має різну організацію на різних рівнях управління в підприємстві. На повному розрахунку знаходяться підприємства, діючі відповідно до закону "Про підприємства". Вони наділені основними і оборотним засобами, мають розрахунковий і ін. рахунки в банку, самотійний баланс, платежі до бюджету. В цих підприємствах реалізуються всі принципи госпрозрахунку. Структурні одиниці і підрозділи, що входять до складу підприємства, працюють на засадах внутрішнього розрахунку.

Внутрішній комерційний розрахунок - метод господарювання, що відбиває систему внутрішніх відносин, що складаються на виробництвах. Він є складовою частиною повного комерційного розрахунку, заснований на використанні принципів комерційного розрахунку в роботі структурних одиниць і підрозділів і охоплює систему економічних відносин, господарських одиниць і структурних підрозділів, а також між самими структурними одиницями. Принципи організації внутрішнього розрахунку ті ж, що і повного, але вони модифікуються. Так, принцип економічної самотійності не може бути реалізований в повному обсязі, а реалізується як оперативно-господарська самотійність. Вона означає розширення прав і обов'язків структурних одиниць, наділення їх необхідними основними виробничим потужностями і оборотним засобами.

Елементами організації внутрішнього розрахунку є:

- планування і оцінка результатів діяльності;
- встановлення норм і нормативів;
- система економічної відповідальності;
- система матеріального заохочення, Залежно від реалізації цих елементів в кожному конкретному підприємстві розрізняють наступні види внутрішнього розрахунку:

1. З оцінкою діяльності по показнику прибутку:

- а) проміжний прибуток (валовий дохід - витрати обігу прями):
- б) чистий прибуток (валовий дохід - витрати обігу).

2. Без виявлення показника прибутку, а з оцінкою по показнику товарообігу і рівня оплати праці.

Питання для самоконтролю:

1. Сутність господарського механізму.
2. Характеристика директивної економіки і госпрозрахунку.
3. Сутність економічного механізму функціонування підприємства.
4. Комерційний розрахунок як економічна категорія.
5. Комерційний розрахунок як метод господарювання.
6. Принципи комерційного розрахунку.
7. Форми комерційного розрахунку.

Тема 4 . Стратегія підприємства, її формування та передумова реалізації

4.1. Сутність і необхідність розробки стратегії підприємства

4.2. Класифікація стратегій підприємства

4.3. Етапи розробки стратегії підприємства.

Рекомендована література: [1], [2], [4], [5], [6], [11], [17], [18], [20], [26], [31], [40], [45]

Основні поняття: стратегія підприємства, стратегічне планування, види стратегії, етапи розробки стратегії підприємства

4.1. Сутність і необхідність розробки стратегії підприємства

Одна й та сама ціль може бути досягнута різними методами й засобами. У зв'язку із цим, природно, виникає питання: як намічена ціль може бути практично реалізована і якими способами? Прагнучи дати відповідь на ці питання, кожне підприємство зобов'язане розробити кілька варіантів стратегії.

Під стратегією варто розуміти набір правил і прийомів, за допомогою яких досягаються основні цілі діяльності підприємства. У стратегії повинні знайти відбиття основні правила його поведіння у взаємовідносинах зі споживачами продукції й послуг.

Тому стратегію варто розглядати як програму дій для досягнення цілей підприємства, визначення й пошуку ресурсів, необхідних для досягнення цілей.

Приймаючи те або інше стратегічне рішення, зокрема, вибираючи ту або іншу мету стратегічного характеру для свого підприємства, підприємець повинен оцінити, чи не відіб'ється його вибір негативно на інших цілях, що відображає інтереси інших суб'єктів ринку, які можуть принести йому в стратегічній перспективі певний ефект.

Вибір цілі припускає спрямованість на її досягнення певної сукупності ресурсів, які є в наявності у підприємства. Оскільки ці ресурси завжди обмежені, підприємець повинен визначити, досягнення яких цілей забезпечить найбільшу продуктивність використання цих ресурсів, тобто забезпечить конкурентну перевагу підприємства.

Вибір стратегічної цілі завжди пов'язаний з визначенням її альтернативної вартості, тобто з оцінкою того, чим потрібно пожертвувати, щоб досягти цієї мети.

Це означає, що стратегія повинна виробляти такі правила й прийоми вибору цілей і засобів їх досягнення, щоб спрямування якого-небудь ресурсу на реалізацію тієї або іншої мети не робило б негативного впливу на процес досягнення хоча б однієї з інших стратегічних цілей.

Стратегія припускає ефективне досягнення цілей діяльності підприємства. Вона повинна відповісти на такі питання, як:

- які напрямки господарської діяльності треба розвивати;
- що, у якій кількості і якій якості виробляти;
- які потреби для цього в капіталі й ресурсах;
- як і на які ринки працювати;
- які дії, як і навіщо необхідно здійснювати в першу чергу;
- яка можлива віддача від обраного напрямку діяльності?

Стратегія являє собою генеральну програму діяльності підприємства, в основі якої лежить визначення основних, довгостроковий цілей і завдань, розробка напрямків його діяльності, визначення необхідних ресурсів для досягнення поставлених цілей і порядку їхнього використання.

Вивчаючи дану тему, необхідно звернути увагу на трактування «Стратегії» і її види.

Важливо відзначити, що одні автори називають поняття - «стратегія діяльності підприємства», інші - «стратегія розвитку підприємства».

Діяльність підприємства завжди повинна бути спрямована на його розвиток. Якщо ж підприємство, виявилось, по своєму життєвому циклі на стадії «старіння», тоді головною метою буде збереження позицій і забезпечення стабільності господарської діяльності.

Таким чином, більше широке поняття має «Стратегія діяльності підприємства», що включає:

- обґрунтування основних напрямків діяльності підприємства на перспективу й у цей час;
- постановку цілей відповідно до основних напрямків діяльності;
- розчленування цілей на прості завдання, які все разом формують спосіб досягнення поставлених цілей;
- розробку конкретних дій для рішення завдань і досягнення цілей.

4.2. Класифікація стратегій підприємства

Підприємства можуть намічати різні цілі. Це залежить від зовнішніх і внутрішніх факторів. Вся розмаїтість цілей систематизується й класифікується по наступних ознаках:

- 1) по змісту й спрямованості цілей (економічні, соціальні, особисті);
- 2) по функціональній сфері реалізації цілей (маркетингові, фінансово-економічні, інвестиційні, інноваційні, організаційні);
- 3) за рівнем досягнення (необхідні, бажані);
- 4) за тимчасовим фактором (перспективні, поточні, першочергові);
- 5) стосовно головної мети (кінцеві й проміжні);
- 6) за характером оцінки (кількісні і якісні);
- 7) залежно від ступеня впливу зовнішніх факторів (цілі, пов'язані із зовнішніми факторами, і цілі, не пов'язані із зовнішніми факторами, а пов'язані з використанням внутрішніх резервів);
- 8) за складом й характером інтересів (цілі підприємства, суспільства).

Таблиця 4.1 - Класифікація можливих стратегій підприємства

Ознаки класифікації	Види стратегії підприємства
1. Залежно від масштабу розробки	<ul style="list-style-type: none"> • Загальна (генеральна) • Допоміжні (підтримуючі)
2. За напрямками діяльності	<ul style="list-style-type: none"> • Маркетингова • Фінансова • Операційна (виробнича) • Інноваційна • Інших напрямків діяльності
3. Залежно від виду ресурсів	<ul style="list-style-type: none"> • Стратегія формування й використання трудових ресурсів • Стратегія формування й використання матеріально-технічної бази • Стратегія формування власного капіталу • Стратегія залучення позикового капіталу • Стратегія формування інших ресурсів
4. За функціональним принципом	<ul style="list-style-type: none"> • Товарна стратегія • Стратегія взаємодії з ринками ресурсів • Стратегія управління прибутком • Стратегія управління активами • Стратегія інвестиційної діяльності • Стратегія стимулювання персоналу • Стратегія запобігання банкрутства • Інші функціональні стратегії
5. Залежно від строку реалізації	<ul style="list-style-type: none"> • Короткострокова • Середньострокова • Довгострокова
6. За темпами розвитку	<ul style="list-style-type: none"> • Стратегія прискореного росту • Стратегія обмеженого росту • Стратегія збереження становища • Стратегія скорочення масштабів діяльності
7. По способах забезпечення розвитку	<ul style="list-style-type: none"> • Стратегія концентрованого розвитку • Стратегія інтеграції • Стратегія диверсифікованості • Стратегія комбінування
8. Залежно від стадії життєвого циклу підприємства	<ul style="list-style-type: none"> • Стратегія на стадії «народження» • Стратегія на стадії «дитинство» • Стратегія на стадії «юність» • Стратегія на стадії «рання зрілість» • Стратегія на стадії «повна зрілість» • Стратегія на стадії «старіння»

У процесі обґрунтування перспективних напрямків діяльності підприємства можуть формуватися різні типи стратегій. Всі стратегії можна класифікувати по наступних ознаках.

1. Залежно від масштабу розробки:

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

Допоміжні (підтримуючі) види стратегій забезпечують реалізацію генеральної стратегії підприємства по окремих напрямках його діяльності (маркетингова, фінансова, виробнича й т.д.).

2. По напрямках діяльності розробляються наступні види допоміжних стратегій:

Маркетингова, Фінансова, Операційна (виробнича), Інноваційна, Інших напрямків діяльності.

3. Залежно від виду ресурсів, якими здійснюється керування розробляються допоміжні стратегії:

Стратегія формування й використання трудових ресурсів, Стратегія формування й використання матеріально-технічної бази, Стратегія формування власного капіталу, Стратегія залучення позикового капіталу, Стратегія формування інших ресурсів.

4. За функціональним принципом:

Товарна стратегія, Стратегія взаємодії з ринками ресурсів, Стратегія керування прибутком, Стратегія керування активами, Стратегія інвестиційної діяльності, Стратегія стимулювання персоналу, Стратегія запобігання банкрутства, Інші функціональні стратегії.

5. Залежно від строку реалізації:

Короткострокові - строком до 1 року,

Середньострокові - на 3-5 років,

Довгострокові – більш ніж на 5 років.

6. За темпами розвитку:

Стратегія «прискороного росту» – передбачає щорічне значне підвищення рівня коротко- і довгострокових цілей над досягнутими показниками. Така стратегія характерна для підприємств, що розвиваються, і пов'язана з високим ризиком.

Стратегія «обмеженого росту» – є найпоширенішою, для неї характерне встановлення цілей від досягнутого. Така стратегія характерна для підприємств, які в основному задоволені своїм положенням, прибуткові й ефективні.

Стратегія «збереження положення» - орієнтована на забезпечення стабільного положення підприємства на ринку, зміцнення його ринкових позицій. Показники діяльності підприємства визначаються виходячи із прогнозованих темпів і характеру зміни ринку діяльності підприємства.

Стратегія «скорочення масштабів діяльності» - приймається тоді, коли показники діяльності підприємства продовжують погіршуватися, при економічному спаді й погрозі банкрутства.

У границях даної стратегії можливі наступні альтернативи:

- ліквідація підприємства;
- «відсікання зайвого», тобто реорганізація або ліквідація окремих підрозділів підприємства;
- скорочення обсягів діяльності й переорієнтація стратегії (диверсифікованість).

7. По способах забезпечення розвитку:

Стратегія концентрованого розвитку – передбачає подальший розвиток підприємства за рахунок удосконалення діяльності в рамках освоєного ринку функціонування (ринкової ніші).

Стратегія інтеграції – розвиток підприємства за рахунок створення нових структурних підрозділів, розвитку нових видів діяльності, застосування різних форм інтеграції зі своїми контрагентами.

Стратегія диверсифікованості – розвиток підприємства за рахунок диверсифікованості діяльності й освоєння нових ринків збуту.

Стратегія комбінування – об'єднання декількох стратегій для розвитку підприємства.

8. Залежно від стадії життєвого циклу:

- Стратегія на стадії «народження»
- Стратегія на стадії «дитинство»
- Стратегія на стадії «юність»
- Стратегія на стадії «рання зрілість»
- Стратегія на стадії «повна зрілість»

Стратегія на стадії «старіння»

Формування стратегії являє собою складний творчий процес. Він вимагає високої кваліфікації й компетентності виконавців.

4.2. Етапи розробки стратегії підприємства

Процес розробки стратегії являє собою стратегічне планування, у якому визначаються головні цілі й завдання, їх ресурсне й фінансове забезпечення, шляхи й методи досягнення цілей і рішення виникаючих проблем.

Стратегія відрізняється від інших програм, **від** поточного планування й бізнес-планів.

Стратегія характеризується комплексністю підходу до діяльності підприємства, на відміну від бізнес-плану не має чітких тимчасових границь.

Процес вироблення стратегії не завершується якою-небудь негайною дією. Звичайно він закінчується встановленням загальних напрямків просування, по яких забезпечить ріст і зміцнення позицій фірми.

Розробка стратегії діяльності підприємства на ринку здійснюється в кілька етапів див. рис. 4.1.



Рисунок 4.1 - Основні етапи процесу формування стратегії розвитку підприємства

На першому етапі необхідно осмислити місію підприємства, тобто його генеральну глобальну мету (причину, мотив) створення й функціонування підприємства.

У більшості випадків місією підприємства є виробництво продукції (надання послуг), що відповідають потребам ринку й сприяють одержанню максимально можливого прибутку.

На другому етапі повинен бути проведений аналіз зовнішнього середовища функціонування підприємства і його виробничо-технічних можливостей.

Для цього необхідно:

- провести дослідження ринку діяльності підприємства й виявити тенденції його розвитку;
- оцінити виробничо-технічні можливості підприємства й конкурентоздатність, проаналізувати можливості внутрішніх резервів і ресурсів підприємства для підвищення ефективності його функціонування;
- провести аналіз зовнішнього середовища функціонування підприємства.

На третьому етапі проводиться комплексний аналіз ефективності господарської діяльності підприємства, оцінюється його стратегічний потенціал, конкурентний статус, конкурентоздатність.

Стратегічний потенціал характеризується трьома моментами:

по-перше - наявністю й станом реальних ресурсів підприємства, його матеріальних, трудових, інформаційних і фінансових ресурсів;

по-друге - ступенем відповідності ресурсного потенціалу стратегічним цілям і завданням підприємства;

по-третє - здатністю ресурсного потенціалу забезпечити стабільність до впливу зовнішнього середовища і його гнучкістю до внутріфірмових змін, іншими словами - здатністю адаптуватися.

«Конкурентний статус підприємства» характеризує рівень освоєння потенційних можливостей підприємства. Це поняття не можна змішувати або ототожнювати з конкурентоздатністю, конкурентними перевагами, тому що конкурентний статус оцінює ресурсне забезпечення й готовність підприємства до досягнення стратегічних цілей і завдань, ступінь освоєння своїх потенційних можливостей, наявність сприятливих зовнішніх умов для створення й підтримки конкурентних переваг.

Метою цього етапу є оцінка можливостей досягнення підприємством стратегічних цілей розвитку: росту суми й рівня прибутку, обсягів діяльності, збереження або зміцнення ринкових позицій і інше.

На четвертому етапі на основі результатів 1-3 етапів визначається система стратегічних цілей функціонування підприємства на період розробки стратегії.

Процес формування цілей складається з 2х взаємозалежних етапів:

1. Якісне визначення цілей (завоювання ринку, досягнення достатнього збільшення прибутку для фінансування діяльності підприємства або входження в інші ринкові ніші).

2. Уточнення, узгодження, конкретизація й кількісне вираження поставлених цілей у вигляді системи найважливіших показників господарсько-фінансової діяльності, до яких прагне підприємство.

На п'ятому етапі розробляються альтернативні варіанти розвитку підприємства, тобто різні варіанти подальшого розвитку. Із цією метою

перевіряється відповідність між поставленими цілями й наявними можливостями підприємства, його ресурсним потенціалом.

На шостому етапі реальність досягнення поставлених стратегічних цілей забезпечується розробкою заходів, спрямованих на реалізацію розробленої стратегії:

1. Розробка системи стратегій, що забезпечують (функціональних), які визначають стратегічні цілі й основи управління окремими видами діяльності, ресурсами економічними показниками й т.д.

2. Формування політики підприємства по окремих напрямках діяльності, які являють собою форму майбутньої реалізації його загальної стратегії в розрізі окремих цілей і аспектів господарсько-фінансової діяльності в короткостроковому періоді.

3. Розробка системи тактичних планів ведення господарсько-фінансової діяльності, у яких встановлюється послідовність і строки досягнення окремих цільових стратегічних показників у рамках окремих тимчасових періодів.

На сьомому етапі, що триває протягом усього періоду здійснення стратегії проводиться моніторинг досягнення поставлених стратегічних цілей, контролюється стан зовнішнього й внутрішнього середовища підприємства.

Своєчасне внесення уточнень і доповнень у прийняту стратегію розвитку є запорукою успішного функціонування підприємства й досягнення поставлених стратегічних цілей.

Питання для самоконтролю:

1. Розкрийте сутність поняття „стратегія”.
2. Дайте характеристику видам стратегії підприємства залежно від масштабу розробки.
3. Дайте характеристику видам стратегії підприємства залежно від способів забезпечення розвитку.
4. Що являє собою стратегічне планування?
5. Назвіть основні етапи розробки стратегії.
6. Охарактеризуйте стратегічний потенціал підприємства.
7. Дайте визначення «конкурентного статусу» підприємства.

Тема 5. Планування діяльності підприємства

5.1. Сутність та необхідність планування діяльності підприємства.

5.2. Принципи планування.

5.3. Методи планування на підприємстві.

Рекомендована література: [1], [6], [11], [17], [18], [20], [26], [31], [40], [42], [45], [46]

Основні поняття: планування, план, прогноз, бізнес-план, інтуїтивне передбачення, принципи планування, методи планування

5.1. Сутність та необхідність планування діяльності підприємства

Планування є найважливішою частиною підприємницької практики. Важливість планування виражена у відомому афоризмі: "Планувати або бути планованим". Зміст висловлення укладається в тім, що підприємство, яке не вміє або не вважає потрібним планувати свою діяльність, саме може виявитися об'єктом планування, засобами для досягнення чужих цілей.

Поняття "**планування діяльності підприємства**" має два змісти.

Перший - загальноекономічний, з точки зору загальної теорії підприємства, його природи. У цьому змісті **планування** - це механізм, що доповнює механізм цін і ринку. У ринковому оточенні підприємство підкоряється ціновому механізму, закону попиту та пропозиції, як головним координаторам дій на ринку, оскільки не має можливості скасувати їхньої дії.

Другий - конкретно-управлінський. У цьому змісті **планування** - одна з функцій управління, що міститься в умінні передбачати цілі підприємства, результати його діяльності й ресурси, необхідні для досягнення певних цілей.

Обидві сторони планування тісно зв'язані між собою. Можливість планування як конкретного виду діяльності впливає із природи підприємства, прямо визначається загальними умовами господарювання.

Сутність планування складається в обґрунтуванні цілей і способів їхнього досягнення на основі виявлення комплексу завдань і робіт, а також визначення ефективних методів і способів, ресурсів всіх видів, необхідних для виконання цих завдань і встановлення їхньої взаємодії.

Основна ціль планування – інтеграція всіх працівників підприємства для рішення комплексу завдань і виконання робіт, що забезпечують ефективне досягнення кінцевих результатів і задоволення попиту споживачів.

Планування допомагає відповісти на наступні питання:

1. Який імідж підприємства, його місце на ринку, які підсумки й умови його діяльності?
2. Що повинне бути зроблене для досягнення мети підприємства?
3. Коли це буде зроблено?

4. Хто це буде робити?
5. Де це буде зроблено?
6. Як це буде зроблено?
7. Скільки необхідно зробити?

Із цих фундаментальних питань виходить, що **об'єктом планування** на підприємстві служить взаємозалежна система планово-економічних показників, що характеризують процес виробництва, розподілу й споживання товарів і ресурсів.

Необхідність планування обумовлена наступним:

1. прагненням мінімізувати невизначеність ринкового середовища і його негативні наслідки.
2. масштабом, складністю й комплексністю господарських завдань, розв'язуваних підприємством.
3. зростаючим значенням часу («час-гроші»). Планування сприяє зменшенню й навіть усуненню додаткових або не виправданих витрат.
4. обмеженістю фінансових, матеріально-технічних ресурсів і необхідністю їхнього ефективного використання.
5. необхідністю пошуку оптимального рішення поставлених завдань із урахуванням зовнішніх умов.
6. створенням основ контролю.

Застосування планування в діяльності підприємства створює наступні переваги:

- уможливує підготовку до використання майбутніх сприятливих умов; дозволяє відслідковувати нові тенденції й використовувати їх у своїй діяльності;
- поліпшує координацію дій у підприємстві; пояснює виникаючі проблеми й зм'якшує вплив слабких сторін діяльності підприємства;
- збільшує можливості в забезпеченні підприємства необхідною інформацією;
- полегшує пошук кращих і більш ефективних шляхів досягнення цілей підприємства;
- дозволяє максимально використовувати конкурентні переваги, запобігати можливим помилкам;
- дозволяє вчасно вжити захисних заходів проти різного роду ризиків;
- сприяє більш раціональному розподілу ресурсів;
- поліпшує контроль у підприємстві.

Можливість планування в підприємствах обмежена низкою об'єктивних і суб'єктивних причин. Найбільш важливими з них є наступні:

Об'єктивні причини.

1. Невизначеність ринкового середовища.

Планування - це інструмент подолання невизначеності. Однак повністю усунути невизначеність неможливо, тому що це означає усунути ринок. Фірми прагнуть упорядкувати свої зовнішні відносини шляхом пом'якшення (обмеження) впливів ринку на свою діяльність. Для цього використовується кілька способів:

- а) вертикальна інтеграція
- б) контроль за попитом
- в) контрактні відносини
- г) створення підприємницьких мереж (взаємозв'язок підприємств).

2. Специфіка українського ринку.

До факторів, що обмежують застосування планування у вітчизняних умовах відносяться:

- низький рівень нагромадження капіталу, що не дозволяє здійснювати ефективні витрати на організацію планування;
- відсутність стабільних ефективних юридичних і етичних норм, що регулюють поведінку підприємців, відсутність культури вітчизняного ринку;
- недолік і труднощі одержання інформації. (Для цього їй необхідні добровільні об'єднання підприємств).

Суб'єктивні причини.

3. Витрати планування.

Планування вимагає додаткових витрат на дослідження, організацію підрозділу планування, залучення додаткового персоналу. Тому необхідно обґрунтовано визначати які додаткові витрати необхідні для розширення планування в підприємстві.

Матеріальним результатом планування є недопущення грубих помилок в економічній діяльності. Будь-які додаткові кошти повинні бути витрачені тільки в тому випадку, якщо вони створять додатковий позитивний ефект. Таким чином, **мінімальними витратами на планування** є такі, які забезпечують виживання підприємства, а будь-які додаткові витрати повинні забезпечувати його розвиток.

4. Масштаби діяльності фірми можуть обмежувати або розширювати межі планування в підприємстві.

5. Сполучення формального планування з іншими способами прийняття рішень.

Крім формального планування в управлінні використовується також так називане "**інтуїтивне передбачення**", тобто планування, засноване на досвіді керівництва, а також сукупності індивідуальних якостей менеджера. Інтуїтивне планування доповнює формальне. Це впливає із природи ринку. Кожна ринкова ситуація є сполученням неповторних, унікальних обставин. У той же час методи формального планування - це узагальнення типових, повторюваних рис ринкових відносин, і тому вони не можуть бути інструментом відкриття таємниці унікальності.

Інтуїтивне планування пов'язане з ірраціональним поведінням підприємців (вплив емоцій).

Всі суб'єктивні фактори залежать не тільки від методів оцінки ситуації, але й від грамотності й кваліфікації планових працівників.

Із усього різноманіття визначень ми будемо оперувати наступними:

План - це образ чого-небудь, модель майбутнього, система засобів, спрямована на досягнення поставлених цілей і завдань.

План підприємства - заздалегідь розроблена система заходів, що передбачає цілі, зміст, збалансовану взаємодію ресурсів, обсяг, методи, послідовність і строки виконання робіт з виробництва й реалізації тієї або іншої продукції або надання послуг.

Планування - це процес розробки й наступного контролю за ходом реалізації плану створення, розвитку й функціонування підприємства. У загальному ж **плануванні** - це процес обробки інформації з обґрунтування майбутніх дій, визначення найкращих способів досягнення стратегічних цілей.

Бізнес-план - це документ, що представляє собою результат комплексного дослідження всіх сторін діяльності підприємства;

- опис функціонування створеної або реконструйованої фірми;
- робочий інструмент підприємця для організації своєї роботи.

Бізнес-план у відмінності від плану підприємства - це більше ємний документ, що комплексно й системно характеризує всі сторони діяльності підприємства, а не тільки виробництво продукції. Але в рамках бізнес-плану діяльності підприємство може одночасно мати кілька бізнес-планів по окремих напрямках його роботи. Наприклад, бізнес-план реконструкції цеху; бізнес-план по створенню комплексної системи обліку руху товарно-матеріальних цінностей і т.д.

Ступінь деталізації обґрунтувань у бізнес-плані може бути різною. У малому бізнесі бізнес-план і план підприємства можуть збігатися й за обсягом й за змістом.

Проект - це задум (завдання, проблема) і необхідні кошти його реалізації з метою досягнення бажаного економічного, технічного, технологічного або організаційного результату. Проект розуміється також як сукупність організаційно-правових і розрахунково-фінансових документів, необхідних для здійснення певних дій.

Інвестиційний проект - комплекс заходів щодо створення нового або модернізації діючого виробництва товарів, виконання робіт або надання послуг з метою одержання прибутку або досягнення соціального ефекту.

Під **підприємницьким проектом** розуміється проект організації виробництва продукції, проведення робіт або надання послуг у будь-якій сфері діяльності, спрямований на одержання прибутку.

5.2. Принципи планування

Принципи планування визначають характер і зміст планової діяльності в підприємствах. Правильне дотримання принципів планування створює передумови для ефективної роботи підприємства й зменшує можливість негативних результатів планування. В економічній літературі виділяють наступні основні принципи планування:

Принцип цілеспрямованості, тобто вибір і обґрунтування цілей і результатів діяльності підприємства. Чітко й виважено певні кінцеві цілі є

вихідним пунктом планування. Розрізняють п'ять основних груп цілей підприємства:

- господарсько-економічні, обумовлені вимогами забезпечення високої ефективності виробничої системи, випуску суспільно необхідної конкретної продукції;
- виробничо-технологічні, які відображають основне функціональне призначення підприємства - випуск певної продукції належної якості;
- науково-технічні, тобто постійне прискорення науково-технічного прогресу, що матеріалізується в постійному поліпшенні продукції й відновленні технічної бази виробництва;
- соціальні - більш повне забезпечення потреб працівників підприємства в матеріальній і духовній сферах;
- екологічні - забезпечення потреби відтворення ресурсів і виготовлення екологічно безпечної (чистої) продукції.

Пріоритетність тієї або іншої групи цілей може змінюватися залежно від економічної політики держави, історичного періоду, екологічного стану в регіоні й світі й т.д.

Принцип системності припускає, що планування на підприємстві повинне мати системний характер.

Основні елементи системи знаходять своє відбиття в плануванні в категоріях "координація" і "інтеграція". Об'єктами планування на підприємстві є окремі підрозділи, що входять у нього, і окремі частини процесу планування. Координація охоплює взаємодію об'єктів одного рівня, інтеграція - взаємодія між об'єктами різних рівнів.

Координація планової діяльності окремих функціональних підрозділів виражається в тім, що діяльність жодної частини підприємства не можна планувати ефективно, якщо таке планування не пов'язане із плановою діяльністю окремих одиниць даного рівня й, що всякі зміни в планах одного з підрозділів повинні бути відбиті в планах інших підрозділів. Таким чином, взаємозв'язок і одночасність - головні риси координації планування на підприємстві.

Інтеграція планової діяльності припускає, що в підприємстві існує розмаїтість щодо відособлених процесів планування й приватних планів підрозділів, але кожна з підсистем планування діє виходячи із загальної стратегії підприємства, а кожний окремий план є частиною плану більш високого підрозділу. Всі плани, створені в підприємстві - це їхня взаємозалежна система.

Принцип участі означає, що кожний працівник підприємства стає учасником планової діяльності, незалежно від посади й виконуваної їм функції. Тобто процес планування повинен залучати всіх тих, кого він безпосередньо стосується. Планування, яке засновано на принципі участі, називають партисипативним.

Принцип безперервності укладається в тім, що:

- процес планування на підприємствах повинен здійснюватися постійно в рамках установленого циклу;

- розроблені плани повинні безупинно приходити на зміну один одному.

Процес планування повинен бути безперервним по наступних причинах:

- невизначеність зовнішнього середовища робить необхідним постійне коректування очікувань підприємства й відповідне виправлення й уточнення планів;

- змінюються не тільки фактичні передумови, але й уяви підприємства про свої внутрішні цінності й можливості. Якщо підприємство не буде враховувати такі зміни, запланований і отриманий результат буде нікому не потрібний.

Принцип гнучкості укладається в доданні плану й процесу планування здатності міняти свою спрямованість у зв'язку з виникненням непередбачених обставин.

Принцип точності. Усякий план повинен бути складений з таким ступенем точності, що забезпечує припустиму ефективність виробництва.

Принцип оптимальності формування й використання застосовуваних ресурсів. Формування - це забезпечення оптимального співвідношення окремих видів ресурсів. А використання ресурсів підприємством повинне орієнтуватися на потреби, умови й кон'юнктуру ринку, інтенсифікацію виробництва, впровадження досягнень НТП, максимально повну реалізацію наявних резервів кращого використання предметів і знарядь праці, організації виробництва й т.д.

5.3. Методи планування

Планування діяльності підприємства здійснюється за допомогою різних методів. **Методи планування** - це сукупність способів і прийомів, які застосовуються в процесі розробки планів. При виборі методів планування необхідно враховувати наступні вимоги:

1) методи повинні бути адекватні зовнішнім умовам господарювання, особливостям історичного етапу економіки;

2) методи повинні найбільше повно враховувати профіль діяльності підприємства й розмаїтість у способах і шляхах досягнення головної мети підприємництва;

3) методи повинні відрізнятися залежно від змісту розробленого плану.

Основними методами планування діяльності підприємства є:

Програмно-цільовий метод, його використання припускає первісне визначення цільової функції діяльності підприємства, і потім для її досягнення формуються плани.

Розраховані цим методом показники потрібно розглядати як цільові, необхідні й оцінювати можливість їхнього досягнення за допомогою інших методів.

Балансовий метод забезпечує відповідність (рівновагу) між ресурсами і їхнім використанням, ув'язування й погодженість взаємозалежних показників і розділів плану. Баланси на підприємствах розробляються для різних видів ресурсів: матеріальні, трудові, фінансові.

М а т е р і а л ь н і (натуральні) баланси допомагають погоджувати виробництво й споживання основних товарних груп, установлювати оптимальні співвідношення між матеріальними ресурсами й потребою в них.

За допомогою **в а р т і с н и х** (грошових) балансів встановлюється відповідність між доходами й витратами коштів. До таких балансів відносять баланс грошових доходів і витрат населення, у якому встановлюється сума коштів населення, призначених для покупки товарів; касовий і кредитний плани, баланс прибутків і видатків підприємств (фінансовий план).

Т р у д о в і баланси, або баланси трудових ресурсів, погоджують потребу в кадрах і джерела її забезпечення.

На основі балансового зв'язку показників у підприємствах визначаються плани закупівель, надходження сировини й матеріалів і реалізації готової продукції.

Дослідно-статистичний метод передбачає використання фактичних статистичних даних за попередні роки, середніх величин при визначенні планових показників (середня геометрична, ковзна середня, середня, розрахована за допомогою економіко-математичного моделювання), індексів і т.п. В основі цього методу лежить вивчення динаміки досліджуваного показника в ретроспективному періоді й екстраполяція виявлених закономірностей і тенденцій його зміни на майбутнє.

Більш обґрунтований **факторно-аналітичний метод** планування, відповідно до якого планові значення показників визначаються на основі розрахунку впливу найважливіших факторів, які обумовлюють зміни цих показників. Такі розрахунки використовуються із застосуванням елементів економіко-математичного моделювання й, насамперед, при плануванні ефективності господарювання. Застосування цього методу можливо, якщо є функціональна залежність, яку можна виразити формулою.

Найбільш точним є **нормативний метод** планування (метод техніко-економічних розрахунків), суть якого полягає в тім, що планові показники розраховуються на основі прогресивних норм використання ресурсів з урахуванням їх змін у результаті впровадження організаційно-технічних мір у плановому періоді. Використання цього методу на підприємстві вимагає створення відповідної нормативної бази: норми витрат палива, електроенергії, норми амортизаційних відрахувань, норми виробітку працівників, норми запасів сировини й товарів і т.д.

Сучасні умови господарювання вимагають розробки декількох варіантів планів. Показники таких планів повинні бути оптимізовані за допомогою економіко-математичного моделювання.

Економіко-математичне моделювання укладається в тім, що воно дозволяє знайти кількісне вираження взаємозв'язків між економічними показниками й факторами, що їх визначають. Цей зв'язок виражається через

економічну модель. Модель може будуватися за функціональним або кореляційним зв'язком (рівняння регресії).

Рівняння множинної регресії має такий вигляд:

$$Y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_nx_n, \text{ де}$$

Y - прогнозований показник;

$a_0, a_1, a_2, \dots, a_n$ - коефіцієнти множинної регресії, обумовлені методом найменших квадратів;

x_1, x_2, \dots, x_n - фактори, що впливають на зміну прогнозованого показника.

Вибір методів планування визначається низкою факторів:

ступенем складності самого планованого показника і його взаємозв'язків;

довжиною планованого періоду;

забезпеченістю вихідною інформацією, організаційно-технічними можливостями її одержання, обробки й використання в планових розрахунках.

Різні методи планування не застосовуються відокремлено, а доповнюють один одного і являють собою комплекс методичного забезпечення планових завдань.

Питання для самоконтролю:

1. Розкрийте сутність планування.
2. На які питання допомагає відповісти планування?
3. Переваги планування діяльності підприємства.
4. Причини, що обмежують планування.
5. Дайте визначення «інтуїтивному передбаченню».
6. Охарактеризуйте основні категорії планування.
7. Основні принципи планування.
8. Основні методи планування, їх характеристика.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА

Тема 6. Ресурсний потенціал підприємства

- 6.1. Сутність, критерії, основні складові ресурсного потенціалу підприємства.
- 6.2. Сутність та види ефективності, основний критерій ефективності
- 6.3. Показники оцінки ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства

Рекомендована література: [1], [3], [4], [10], [11], [20], [26], [31], [40], [42], [45], [46]

Основні поняття: потенціал, матеріальна, нематеріальна, фінансова, кадрова, організаційна складові, ефективність, критерій ефективності, показники оцінки ефективності використання ресурсного потенціалу

6.1. Сутність, критерії, основні складові ресурсного потенціалу підприємства

Ресурсний потенціал підприємства - це економічні можливості підприємства, тобто засоби виробництва, запаси, джерела ресурсів ті, які є в наявності або можуть бути мобілізовані (приведені в дію, використані для досягнення поставлених цілей підприємства. Іншими словами, ресурсний потенціал підприємства - економічна спроможність підприємства забезпечувати досягнення поставлених цілей.

Потенціал підприємства можна розглядати в двох аспектах.

З одного боку, потенціал підприємства - це накопичений працю, що функціонує в різних напрямках діяльності підприємства, з іншого боку - це здатність людей до використання накопиченого праці.

Таким чином, **ресурсний потенціал підприємства** - це сукупність ресурсів, наявних у розпорядженні підприємства і здатності його співробітників і менеджерів до використання ресурсів з метою створення товарів, послуг і отримання максимального прибутку.

За своїм змістом потенціал підприємства виступає в натурально-речовій і вартісній формі.

У натурально-речовій формі він виступає як сукупність основних фондів, оборотних коштів, кадрів працівників. У вартісній формі - як сукупність витрат минулого праці та витрат живого праці.

Ресурсний потенціал включає такі основні складові: матеріальна, нематеріальна, фінансова, кадрова та організаційна.

Матеріальна складова включає основні і оборотні фонди підприємства, призначені для організації та забезпечення безперервності виробничого процесу. Вона характеризується фондоозброєністю праці працівників підприємства.

Нематеріальна складова включає об'єкти промислової та інтелектуальної власності, здатні приносити користь протягом тривалого періоду, для яких характерна відсутність матеріальної основи отримання доходу та невизначеність розмірів майбутнього прибутку від їх використання.

Фінансова складова включає фінансові ресурси підприємства, що обслуговують процес виробництва і реалізації товарів. Вона визначається обсягами витрат за джерелами фінансування і функціональному призначенню витрат.

Кадрова складова визначається чисельністю працівників, зайнятих як безпосередньо виробництвом і реалізацією товарів, так і обслуговуючої їх управлінської та організаційної роботою. Вона залежить від кваліфікаційної структури, розподілу зайнятих по галузях і підгалузях і т.д.

Організаційну складову утворюють засоби і методи організації найбільш ефективного використання задіяних в підприємстві ресурсів.

Ресурсний потенціал підприємства може бути кількісно виражений через сукупність складових, наведених до єдиної розмірності за допомогою спеціальних коефіцієнтів, або може визначатися можливим обсягом виробництва і реалізації продукції, товарів і послуг.

Ресурсний потенціал підприємства характеризується чотирма основними критеріями:

1) реальними можливостями підприємства в тій чи іншій сфері економічної діяльності, при цьому не тільки реалізованими, а й нереалізованими з якихось причин.

2) обсягом ресурсів і резервів як залучених, так і не залучених у виробництво, але підготовлених до використання в ньому, так як можливості будь-якого підприємства багато в чому залежать від наявних у нього ресурсів і резервів, не задіяних у виробництво.

3) здібностями менеджерів використовувати ресурси для створення продукції, товарів і послуг та отримання максимального прибутку, так як мати ресурси необхідно, але це ще недостатньо для успіху в будь-якому бізнесі, потрібно вміти розпорядитися наявними ресурсами.,

4) обраної формою підприємництва та відповідною організаційною структурою.

Вихідним видом ресурсів для створення і діяльності підприємств є фінансові ресурси, які, втілюючись в засоби виробництва і робочу силу, забезпечують процес виробництва.

Однак наявність ресурсного потенціалу на підприємстві як можливості діяльності, не говорить про саму діяльність, тільки з'єднання ресурсного потенціалу воедино, а саме злиття засобів виробництва і праці означає виробництво - діяльність.

В збалансованості основних елементів потенціалу - ключ до успіху в будь-якій підприємницької діяльності. Схематично це може бути відображено так (рис. 6.1.).

Стан основних фондів, структура і кваліфікація кадрів є внутрішніми факторами, що впливають на результативність роботи підприємства.

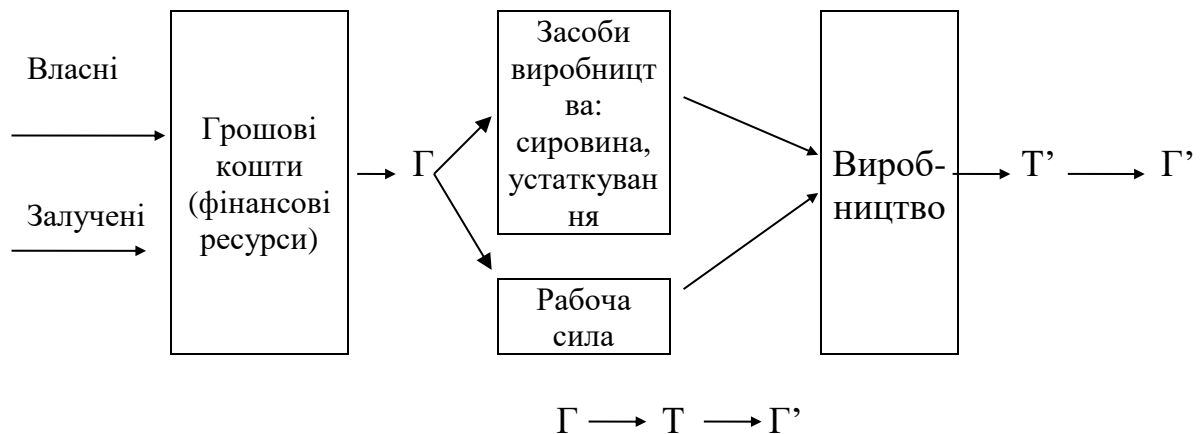


Рисунок 6.1 - Взаємодія ресурсів підприємства.

6.2. Ефективність використання ресурсного потенціалу підприємства

Ефективність як економічна категорія відображає економічні відносини, пов'язані з поліпшенням використання виробничих ресурсів і зниженням сукупних витрат живої і матеріалізованої праці для досягнення найбільших результатів і визначається об'єктивно діючим законом економії робочого часу. Це означає, що мета господарської діяльності повинна досягатися найменшими витратами суспільної праці.

Під ефективністю, як інструментом господарювання, розуміється комплексне відбиття кінцевих результатів використання всіх ресурсів підприємства за певний проміжок часу.

У практиці управління ресурсами розрізняють окремі види ефективності, які можна класифікувати за певними ознаками.

1. По виду ефекту розрізняють ефективність економічну, соціальну.

Економічна ефективність вимірюється з використанням різних вартісних показників - обсяг випуску продукції, обсяг товарообігу, доходів, прибутку та ін.

Соціальна ефективність зводиться до збільшення числа робочих місць, поліпшення умов праці і відпочинку, підвищення якості обслуговування і т.п.

2. В залежності від об'єкта отримання ефекту розрізняють ефективність локальну, народногосподарську.

Локальна ефективність характерна для конкретного підприємства.

Народногосподарська ефективність пов'язана зі споживанням продукції даного підприємства іншими: тобто це спільний ефект у сфері виробництва і споживання продукції (послуг).

3. За рівнями отримання ефекту розрізняю ефективність: первинну, мультиплікаційну.

Первинна ефективність - це одноразова ефективність, що отримується в результаті здійснення певних господарських рішень.

Мультиплікаційна ефективність - це ефективність від багаторазового використання вигідних господарських рішень.

4. В залежності від мети визначення ефективність буває: абсолютна порівняльна.

Абсолютна ефективність характеризується показниками, які оцінюють загальну величину ефекту за певний проміжок часу.

Порівняльна ефективність відображає результати порівняння можливих варіантів господарювання.

Слід розрізняти такі категорії, як критерії та показники ефективності.

При визначенні сутності поняття "ефективність ресурсного потенціалу" важливо встановити критерій її оцінки, відмітна ознака, що характеризує якісну, корінну сутність досліджуваного явища або процесу, тобто ознака, за яким можна визначити результативність того чи іншого економічного процесу в діяльності підприємства.

Оскільки економічні явища і процеси досліджуються за певних виробничих відносинах, то і критерій їх оцінки повинен відображати якісну сторону цих відносин, їх сутність, основний відмітний ознака, принциповий підхід до оцінки ефективності.

Критерій ефективності виражається коефіцієнтом ефективності (K_e), що визначається за такою формулою:

$$K_e = \frac{\text{Результати}}{\text{Ресурси (витрати)}} \longrightarrow \infty$$

Теоретично коефіцієнт ефективності може бути нескінченно великою величиною.

Таким чином, критерієм економічної ефективності діяльності підприємства виступає досягнення максимального результату при мінімальних витратах та раціональне використання ресурсів.

6.3. Показники оцінки ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства

Показник - це вимірювач ефективності. Система показників економічної ефективності повинна являти собою не механічний набір різних показників, а діалектичне ціле, частини якого скоординовані, займають відповідне місце і всі разом складають систему, єдине ціле.

Система показників економічної ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства ґрунтується на наступних принципах її розробки:

- повне відображення досягнутих результатів діяльності;
- кількісна оцінка показників;
- можливість розрахунку показників за даними діючої системи обліку і звітності;
- чіткість методичного підходу до розрахунку показників.

Таким чином, показники економічної ефективності кількісно вимірюють віддачу одиниці сукупних або конкретних видів ресурсів.

Такими результатами є: виручка від реалізації продукції (робіт, послуг), обсяг виробленої продукції, сума прибутку.

Для розрахунку показників ефективності використовують

За ступенем узагальнення показники економічної ефективності ділять на дві великі групи:

- узагальнюючі показники (табл. 6.1),
- специфічні показники.

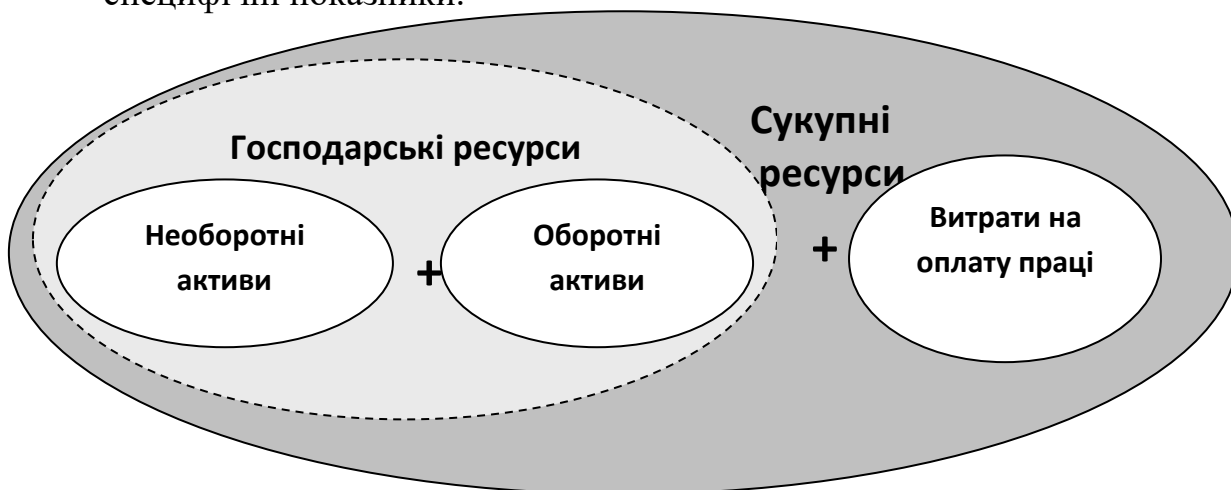


Рисунок 6.1 - Складові ресурсів підприємства

1. УЗАГАЛЬНЮЮЧІ ПОКАЗНИКИ

Ресурсовіддача - віддача сукупних ресурсів економіки країни, регіону або підприємства. Показник ресурсоотдачі розраховується як відношення виручки від реалізації (Вр) або чистої продукції (Чп), до середньої суми використаних ресурсів (основні засоби, оборотні кошти, кошти на оплату праці).

2. СПЕЦИФІЧНІ ПОКАЗНИКИ.

Це показники, які виражають ефективність окремого виду ресурсів: основних фондів, трудових ресурсів, фінансових ресурсів.

Якщо протягом звітного періоду відбулися суттєві зміни у вартісній оцінці окремих видів ресурсів з причин не залежних від підприємства (індексація, інфляція) або зміни в матеріально-технічній базі, то для обґрунтованості висновків за результатами аналізу необхідно забезпечити порівнянність вихідної інформації, або ж доцільно виконувати аналіз ефективності використання ресурсів на початок планового періоду.

Якщо підприємство є збитковим, то розраховуються всі вищевказані показники, однак в формулах, де застосовується прибуток, вказується збиток, про що свідчить знак "-" перед сумою збитку, і значення, розрахункового показника буде негативне. Такий негативний показник має інший економічний сенс. Наприклад, не рівень рентабельності оборотних фондів або коштів, а рівень їх збитковості і т.д.

Питання для самоконтролю:

1. Розкрийте сутність ресурсного потенціалу підприємства.
2. Основні критерії ресурсного потенціалу.
3. Основні складові ресурсного потенціалу підприємства.
4. Ефективність як економічна категорія.
5. Ефективність як інструмент господарювання.
6. Види ефективності.
7. Основний критерій ефективності.
8. Узагальнюючі показники ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства.

Тема 7. Матеріальні ресурси підприємства

- 7.1. Сутність і склад матеріальних ресурсів підприємства
- 7.2. Вартісна оцінка і класифікація основних фондів
- 7.3. Відтворення основних фондів і амортизація
- 7.4. Показники стану, забезпеченості й ефективності використання основних фондів.
- 7.5. Виробнича потужність підприємства.
- 7.6. Економічна сутність, класифікація та показники ефективності використання оборотних активів.

Рекомендована література: [1], [10], [12], [13], [26], [31], [40], [42], [45]

Основні поняття: економічна безпека, стадії кризи, складові безпеки, відтворювальний метод, нормативний метод, графічний метод

7.1. Сутність і склад матеріальних ресурсів підприємства

Матеріальні ресурси - це вся сукупність ресурсів в натурально-речовій формі, які використовуються у виробничій діяльності. Іншими словами, це система речових елементів, що беруть участь у виробничій діяльності підприємства, в її обслуговуванні або виступають результатом діяльності у вигляді готової продукції, призначеної для продажу.

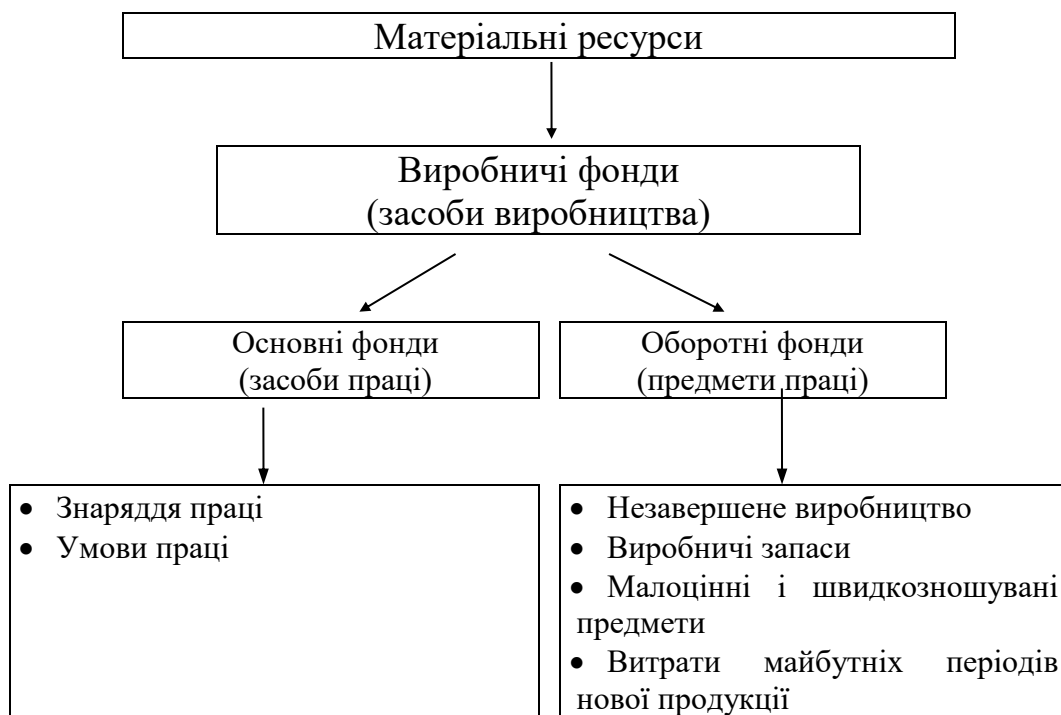


Рисунок 7.1 - Структура матеріальних ресурсів

Матеріальні ресурси слід розглядати як економічну категорію і як показник господарської діяльності.

Як економічна категорія матеріальні ресурси виражають економічні відносини з приводу їх відтворення: покупки, використання, зносу і приросту.

Як показник господарської діяльності матеріальні ресурси виражають кількість натурально-речових одиниць відповідних фондів підприємств.

У бухгалтерському обліку матеріальні ресурси виражаються в грошовій формі і називаються засобами.

За значенням в процесі виробництва матеріальні ресурси (виробничі фонди) по властивих ним ознаках діляться на основні і оборотні фонди.

Таблиця 7.1 - Відмітні ознаки основних і оборотних фондів

Ознаки	Основні фонди	Оборотні фонди
Тривалість функціонування у виробничому процесі	Функціонують тривалий період (більше 1 року)	Беруть участь тільки в одному виробничому періоді
Зміна споживчої форми	Зберігають споживчу форму	Змінюють або повністю втрачають споживчу форму
Ступінчастість використання у кожному виробничому циклі	Частково	Повністю
Перенесення вартості на вартість готової продукції	Переносять свою вартість частями, у міру зносу	Вартість повністю відноситься на витрати по виготовленню продукції

Основні фонди - це засоби праці, які мають вартість і функціонують у виробництві тривалий період (більше 1 року) в своїй незмінній споживчій формі, а їх вартість переноситься конкретно працею на вартість готової продукції (платних послуг) частями у міру зносу.

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

У цій лекції ми детально розглянемо основні фонди.

7.2. Оцінка, класифікація і структура основних фондів

Основні фонди в процесі виробництва виступають в натуральній і вартісній формі. Облік засобів в натуральній формі необхідний для визначення технічного складу основних фондів, виробничої потужності підприємства, ступеня використання устаткування і інших цілей. Натуральні

показники містяться в паспортах підприємств, включаючи характеристику і число окремих об'єктів.

Вартісна оцінка основних фондів необхідна для визначення їх загального об'єму, динаміки, структури, величини вартості, що переноситься на вартість готової продукції, а також для розрахунків економічної ефективності використання основних фондів.

Розрізняють наступні види вартісної оцінки основних фондів:

- * залежно від моменту проведення оцінки
- первинна вартість
- відновна вартість.

Первинна вартість основних фондів (Фп) - це фактична їх вартість в цінах тих, що діють на момент покупки або введення в дію. Первинна вартість устаткування включає вартість по вільних оптових цінах (Цо), транспортні витрати по його доставці (Ртр), вартість монтажних робіт на місці експлуатації (Рм), вартість супутніх капітальних вкладень (Рсоп).

$$\Phi_{\text{п}} = \text{Цо} + \text{Ртр} + \text{Рм} + \text{Рсоп}.$$

Відновлювальна вартість основних фондів (Фвос) - вартість відтворення основних фондів в сучасних умовах. Вона є розрахунковими витратами на відтворення в сучасних умовах їх точної копії з використанням аналогічних матеріалів і збереженням всіх експлуатаційних параметрів. Вона визначається шляхом індексації основних фондів для приведення їх вартості відповідно до цін, що діють, тарифів і умов відтворення.

$$\text{Фвос} = \text{Фб} * \text{Кі}, \text{ де}$$

Кі - коефіцієнт індексації основних фондів.

У разі індексації основних фондів визначається капітальний дохід, рівний різниці між відновною вартістю і первинною вартістю (без урахування коефіцієнта індексації):

$$\text{КД} = \text{Фвос} - \text{Фб}.$$

Капітальний дохід включається до складу валового доходу підприємства.

- * з погляду стану основних фондів їх вартість ділять на
- повну
- залишкову.

Повна вартість основних фондів (первинна або відновлювальна) - це їх вартість в новому, не зношеному стані.

Залишкова вартість основних фондів - характеризує реально існуючу їх вартість, яка ще не перенесена на вартість готової продукції (виконаних робіт, досконалих послуг). Вона є розрахунковою величиною і визначається як різниця між повною первинною (відновною) вартістю і накопиченою на момент числення сумою амортизаційних відрахувань (зносу) основних фондів і показує величину недоамортизованої частини вартості основних фондів.

$$\text{Фост} = \text{Фп} (\text{Фвос}) - \text{Знос}, \text{ де}$$

Знос - сума зносу основних фондів.

За цією вартістю основні фонди враховуються на балансі підприємства, тому вона називається балансовою.

Залишкова вартість основних фондів у момент їх вибуття називається ліквідаційною вартістю. У практиці господарювання її використовують для розрахунків норм амортизаційних відрахувань і виявлення наслідків ліквідації зношених основних фондів.

Необхідною умовою правильного обліку і планування відтворення основних фондів підприємств є їх класифікація.

Співвідношення різних груп основних фондів в загальній вартості, виражене у відсотках, складає структуру основних фондів.

Структура основних фондів різних галузей і підприємств визначається низкою чинників, серед яких: характер і об'єм продукції, що випускається, технічний рівень виробництва, рівень спеціалізації і кооперації, кліматичні і географічні умови розташування підприємства.

Питому вагу активної частини основних фондів характеризує прогресивність структури основних фондів.

7.3. Відтворення основних фондів і амортизація

Просте і розширене відтворення основних фондів відбувається в безперервному процесі здійснення взаємозв'язаних різних його форм - ремонту, модернізації і заміни окремих елементів засобів праці; технічного переозброєння, реконструкції і розширення виробництв, що діють, і підприємства в цілому, а також споруда нових аналогічних об'єктів. При цьому необхідною умовою нормального ходу відтворювальних процесів є облік ступеня амортизації основних фондів.

Основні фонди в процесі їх експлуатації піддаються фізичному і моральному зносу.

Під фізичним зносом розуміють поступову втрату основними фондами своєї первинної споживчої вартості, що відбувається не тільки в процесі їх функціонування, але і при бездіяльності. На розміри фізичного зносу впливають: якість основних фондів, технічне вдосконалення, особливості технологічного процесу, рівень екстенсивного і інтенсивного використання, якість технічного нагляду і ремонтного обслуговування, кваліфікація працівників і інші організаційно-технічні чинники.

Фізичний знос відбувається нерівномірно навіть по однакових елементах основних фондів. Розрізняють повний і частковий знос основних фондів.

При *повному* зносі основні фонди, що діють, ліквідовуються і замінюються новими.

Частковий знос відшкодовується ремонтом, який буває поточний і капітальний.

Моральний знос або економічний - це процес знецінення основних фондів до настання їх повного фізичного зносу під впливом НТП. Моральний знос може відбуватися в двох формах:

1) під впливом скорочення суспільно необхідних витрат на відтворення даних основних фондів

2) в результаті впровадження нових прогресивніших машин і устаткування, нових технологій, нових продуктів. Використання морально застарілої таким чином техніки стає неефективним, і вона повинна бути до настання терміну її фізичного зносу замінена новою або піддана модернізації.

Фізичний і моральний знос можна усунути повністю або частково, використовуючи різні форми відтворення.

Основним джерелом покриття витрат, пов'язаних з оновленням основних фондів є власні засоби підприємств. Вони накопичуються протягом всього терміну служби основних фондів у вигляді амортизаційних відрахувань.

У пп. 14.1.3 Податкового кодексу **амортизація** – систематичний розподіл вартості основних засобів, інших необоротних та нематеріальних активів, що амортизується, протягом строку їх корисного використання (експлуатації).

Для відшкодування вартості зношеної частини основних фондів кожне підприємство здійснює амортизаційні відрахування, тобто відрахування певних грошових сум відповідно розмірам фізичного і морального зносу. Ці відрахування включаються в собівартість продукції (послуги), реалізуються при продажі товарів (послуг), а потім накопичуються в спеціальному амортизаційному фонді, засоби якого використовуються на оновлення основних фондів. Амортизаційні відрахування здійснюються по певних нормах, які характеризують щорічний розмір відрахувань у відсотках до вартості основних фондів.

Норм амортизації залежить від економічно доцільних середніх термінів функціонування основних фондів, необхідності забезпечення повного відшкодування основних фондів і ступеня морального зносу. При цьому найбільш складним є правильне визначення тривалості амортизаційного періоду конкретних видів основних фондів, який залежить від загальної фізичної довговічності і економічності капітального ремонту, умов експлуатації основних фондів, термінів настання морального старіння, можливих темпів оновлення.

При визначенні строку корисного використання (експлуатації) слід враховувати:

- очікуване використання об'єкта підприємством з урахуванням його потужності або продуктивності;
- фізичний та моральний знос, що передбачається;
- правові або інші обмеження щодо строків використання об'єкта та інші фактори.

Строк корисного використання (експлуатації) об'єкта основних засобів переглядається в разі зміни очікуваних економічних вигод від його використання, але він не може бути меншим, ніж визначено в п. 145.1 Податкового кодексу.

Амортизація об'єкта основних засобів нараховується виходячи з нового строку корисного використання, починаючи з місяця, наступного за місяцем зміни строку корисного використання (крім виробничого методу нарахування амортизації).

У Податковому кодексі нарахування амортизації основних засобів відбувається із застосуванням методів, передбачених у П(С)БО 7, за винятком податкового, що передбачений Законом про прибуток.

Амортизація основних засобів нараховується із застосуванням таких методів:

– **прямолінійного**, за яким річна сума амортизації визначається діленням вартості, яка амортизується, на строк корисного використання об'єкта основних засобів;

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

– **прискореного зменшення залишкової вартості**, за яким річна сума амортизації визначається як добуток залишкової вартості об'єкта на початок звітнього року або первісної вартості на дату початку нарахування амортизації та річної норми амортизації, яка обчислюється відповідно до строку корисного використання об'єкта і подвоюється.

Метод прискореного зменшення залишкової вартості застосовується лише при нарахуванні амортизації до об'єктів основних засобів, що входять до груп 4 «Машини та обладнання» та 5 «Транспортні засоби»;

– **кумулятивного**, за яким річна сума амортизації визначається як добуток вартості, яка амортизується, та кумулятивного коефіцієнта. Кумулятивний коефіцієнт розраховується діленням кількості років, що залишаються до кінця строку корисного використання об'єкта основних засобів, на суму числа років його корисного використання;

– **виробничого**, за яким місячна сума амортизації визначається як добуток фактичного місячного обсягу продукції (робіт, послуг) та виробничої ставки амортизації. Виробнича ставка амортизації обчислюється діленням вартості, яка амортизується, на загальний обсяг продукції (робіт, послуг), який підприємство очікує виробити (виконати) з використанням об'єкта основних засобів.

7.4. Виробнича потужність підприємства

Основні фонди підприємства створюються і вводяться в дію з метою формування певної виробничої потужності.

Виробнича потужність підприємства характеризує максимально можливий річний об'єм випуску продукції певної якості при заданій

номенклатурі і асортименті за умови якнайповнішого використання устаткування і площ, застосування прогресивної технології і організації виробництва.

Одиниці вимірювання виробничої потужності підприємства розрізняються залежно від характеру виробництва і галузевої їх приналежності. Загальне правило таке: виробнича потужність визначається в тих одиницях вимірювання, в яких планується і враховується виробництво продукції (послуг). В більшості випадків це натуральні або умовно-натуральні вимірники по видах готової продукції (послуг). Для багатомноменклатурних виробництв потужність можна визначати вартісним показником. У паспорті виробничого підприємства потужність позначається двома показниками: у чисельнику - натуральні показники по видах продукції; у знаменнику - загальний вартісний показник. На підприємствах окремих галузей (наприклад, цукровій і молочній промисловості) виробнича потужність характеризується кількістю сировини, переробленої в добу.

Залежно від вигляду виробничу потужність розрізняють:

- проектну
- поточну (фактично досягнуту)
- резервну.

Проектною є потужність, яка визначається в процесі проектування, реконструкції (розширення) того, що діє або будівництва нового підприємства. Вона вважається оптимальною, оскільки склад і структура устаткування відповідають структурі трудомісткості запроектованої номенклатури продукції, вона повинна бути досягнута в перебігу нормативного терміну її освоєння.

Поточна (фактично досягнута) потужність визначається періодично у зв'язку із зміною умов виробництва (номенклатури і структури трудомісткості готової продукції) або перевищенням проектних показників. При цьому розраховують вхідну (на початок року), вихідну (на кінець року) і середнесписочную потужність підприємства.

Резервна потужність повинна формуватися і постійно існувати в різних галузях промисловості.

По методу обліку розрізняють виробничу потужність:

- вхідну*
- вихідну*
- середньорічну.*

Під вхідною розуміється виробнича потужність (ПМ) підприємства, цехи, ділянки на початок періоду або на конкретну дату якого-небудь періоду, яка обумовлюється наявними на цю дату засобами виробництва і досягнутими нормами трудомісткості продукції, що випускається, або продуктивності устаткування.

Під вихідною потужністю розуміється виробнича потужність підприємства, цеху, ділянки на кінець періоду. Її величина визначається не тільки наявними на підприємстві засобами виробництва і досягнутими

нормами вироблення, але також нарощуванням (збільшенням) виробничих потужностей.

Величина виробничої потужності підприємства формується під впливом багатьох чинників:

номенклатури, асортименту і кількості готової продукції;

кількості встановленого устаткування, розмірів і стану виробничих площ;

можливого фонду часу роботи устаткування і використання площ протягом року;

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

нормативів тривалості виробничого циклу і трудомісткості готової продукції (виконаних послуг).

введення додаткових потужностей, виробничих площ і інших засобів виробництва.

Виробнича потужність підприємства визначається з розрахунку на рік по потужності провідних цехів, ділянок або агрегатів. До провідних цехів, ділянок, агрегатам відносяться, як правило, такі, які задіяні на основних технологічних операціях по виготовленню продукції і виконують найбільший об'єм робіт (по складності і трудомісткості).

Початковими даними для розрахунку виробничої потужності (ПМ) служать: число встановленого устаткування (До) по їх видах, виробничі площі складальних або складально-монтажних цехів (S), режим роботи підприємства (tr), трудомісткість виготовлення виробу (Зт) і продуктивність устаткування в одиницю часу (Wоб).

$$\text{ПМ} = \text{Wоб} * \text{Вф} * \text{До} \quad \text{або} \quad \text{ПМ} = \frac{\text{Вф} * \text{До}}{\text{Зт}}$$

Вф - річний фонд часу роботи устаткування

Для визначення в нарощування виробничої потужності на кожному підприємстві щорічно повинен розроблятися баланс виробничої потужності, який включає:

- 1) потужність підприємства на початок планового періоду (вхідна потужність) (Пмн);
- 2) величину наростання виробничої потужності за рахунок різних чинників (модернізації, реконструкції, технічного переозброєння і ін.) (Пмвв);
- 3) розміри зменшення виробничої потужності в результаті вибуття, передачі і продажу основних виробничих фондів, зміни номенклатури і асортименту продукції, зміни режиму роботи підприємства, консервації устаткування і ін. (Пмвб);
- 4) вихідну виробничу потужність, тобто потужність на кінець планового періоду (Пмк);
- 5) середньорічну виробничу потужність підприємства.

$$\begin{aligned} \text{Пмн} + \text{Пмвв} &= \text{Пмвиб} + \text{Пмк}; \\ \text{Пмвв} &= \text{Пмвиб} + \text{Пмк} - \text{Пмн} \end{aligned}$$

Нарощування виробничої потужності може здійснюватися на основі:

- підвищення продуктивності праці і устаткування;
- підвищення екстенсивності і інтенсивності устаткування;
- впровадження нових технологій;
- поліпшення організації праці і виробництва;

Фонд часу роботи устаткування може бути календарний, номінальний (режимний) і ефективний (дійсний).

Календарний фонд роботи устаткування (V_k) рівний твору кількості календарних днів в періоді (D_k) на кількість годин на добу (t_{ch}).

$$V_k = D_k * t_{ch}$$

Номінальний (режимний) фонд часу роботи устаткування рівний твору числа робочих днів в плановому періоді на число годин роботи в робочих змінах

$$V_n = [t_{cm} * (D_k - D_v - D_{pr-dpp}) + t_{pp} * D_{pp}] * K_{cm}, \text{ де}$$

t_{cm} - тривалість зміни, година.;

D_v - число вихідних днів в планованому періоді;

D_{pr} - число святкових днів в планованому періоді;

t_{pp} - кількість годин роботи в скорочену зміну в передсвятковий день, годину.;

D_{pp} - кількість передсвяткових днів;

K_{cm} - кількість змін в добу.

Ефективний (дійсний) фонд часу роботи устаткування (V_f) при дискретному (переривчастому) режимі роботи виробництва рівний номінальному за вирахуванням часу на ремонт, наладку, переналадку, передислокацію цього устаткування протягом року, а також простоїв по інших причинах (V_{pr}):

$$V_f = V_n - V_{pr}$$

При безперервному режимі роботи виробництва ефективний фонд роботи устаткування буде рівний різниці між календарним фондом і часом простоїв устаткування по залежних і незалежних від підприємства причинах (ремонт, наладка, переналадка, передислокація устаткування, відсутність сировини) (V_{pr}):

$$V_f = V_k - V_{pr}$$

Розрахунок потужності торгового підприємства здійснюється на основі розміру торгової площі і нормативу річного товарообігу на 1 м², який визначається самостійно підприємством виходячи з товарообігу, що забезпечує йому отримання оптимального прибутку.

Потужність підприємств масового живлення визначається з урахуванням чинників, охарактеризованих для промислових підприємств (кількість устаткування, його види, трудомісткість виготовлення продукції і так далі), і специфіки технологічного процесу.

Крім того, в підприємствах торгівлі і масового живлення виробнича потужність повинна бути приведена у відповідність з їх пропускною спроможністю, під якою розуміється кількість споживачів, що обслуговуються в одиницю часу.

Визначення виробничої потужності має важливе значення для обґрунтування об'єму виробництва (товарообігу) підприємства.

7.5. Показники стану, забезпеченості і ефективності використання основних фондів

Система економічних показників, що характеризує використання і відтворення основних фондів включає два блоки:

- 1) показники, що характеризують стан, рівень забезпеченості підприємства основними фондами і їх відтворення;
- 2) показники, що характеризують ефективність використання основних фондів.

Вони можуть бути вартісними і натуральними, оцінювати об'єм і структуру основних фондів.

До показників, що характеризують **стан і рівень забезпеченості основними фондами**, відносяться:

Коефіцієнт оновлення (До) відображає інтенсивність оновлення основних фондів і обчислюється як відношення вартості знов основних фондів (Фвв), що поступили за звітний період, і їх вартості на кінець цього ж періоду (Фк):

$$\text{До} = \text{Фвв} : \text{Фк}$$

Якщо цей показник розраховується по окремих видах основних фондів, то його називають коефіцієнтом введення (Кв).

Коефіцієнт вибуття (Квиб) характеризує ступінь інтенсивності вибуття основних фондів з сфери виробництва і розраховується як відношення вартості вибутих за звітний період основних фондів (Фвиб) до їх вартості на початок цього ж періоду (Фнач):

$$\text{Квиб} = \text{Фвиб} : \text{Фнач}$$

Якщо цей показник розраховується по ліквідованих основних фондів, то його називають коефіцієнтом ліквідності (Кл).

Коефіцієнт приросту (Кпр) характеризує рівень приросту основних фондів або окремих його груп за певний період і розраховується як відношення вартості приросту основних фондів (Фпр) до їх вартості на початок періоду (Фнач):

$$\text{Кпр} = \text{Фпр} : \text{Фнач}$$

Коефіцієнт відтворення основних фондів (Квоспр) розраховується як відношення капітальних вкладень (КВ) до вартості основних фондів, що вводяться (Фвв):

$$\text{Квоспр} = \text{КВ} : \text{Фвв}$$

Необхідно розрізнити дві форми оновлення основних фондів - екстенсивну і інтенсивну. Екстенсивне оновлення характеризує темпи збільшення об'єму наявних основних фондів. Інтенсивне оновлення передбачає заміну основних фондів, що діють, новими, ефективнішими. Показником, що відображає цей процес, є коефіцієнт інтенсивного оновлення (Кинт). Він розраховується як відношення вартості вибулих основних фондів (Фвиб) до вартості знов введених основних фондів за той же період (Фвв):

$$\text{Кинт} = \text{Фвиб} : \text{Фвв}$$

Коефіцієнт оптимальності вибуття основних фондів (Копт.виб) - це відношення фактичного коефіцієнта вибуття (Квиб.ф) основних фондів до нормативного (Квиб.нор):

$$\text{Копт.виб} = \text{Квиб.ф} : \text{Квиб.нор}$$

Узагальнювальними показниками технічного стану основних фондів є коефіцієнти зносу і придатності.

Коефіцієнт зносу (Ки) визначається як відношення суми зносу (И) до первинної вартості основних фондів (Ф):

$$\text{Ки} = \text{И} : \text{Ф}$$

Коефіцієнт придатності (Кг) - це відношення їх залишкової вартості (Фост) до первинної (Ф):

$$\text{Кг} = \frac{\text{Фост}}{\text{Ф}} = 1 - \text{Ки}$$

Коефіцієнти зносу і придатності розраховується як на початок періоду, так і на кінець (звітну дату). Чим нижче коефіцієнт зносу (вище коефіцієнт придатності), тим краще технічний стан, в якому знаходяться основні фонди.

Фондооснащеність (Фосн) - показує скільки основних фондів доводиться на одного працівника:

$$\text{Фосн} = \text{Фср} : \text{Ч}, \text{ де}$$

Фср - середньорічна вартість основних фондів

Ч - чисельність працівників підприємства.

Фондовоозброєність (Фозбр) - скільки активних основних фондів доводиться на одного виробничого працівника:

$$\text{Фозбр} = \text{Факт} : \text{Ч пр}, \text{ де}$$

Факт - середньорічна вартість активних основних фондів

Чпр - чисельність виробничих працівників підприємства.

Оцінка стану основних фондів необхідна для вироблення перспективних планів їх розвитку, розробки стратегії в області капітальних вкладень.

Витрати за змістом основних фондів відносяться на собівартість продукції і займають в ній від 15 до 70 % (по різних галузях). Це умовно-постійні витрати. Тому з підвищенням ефективності використання основних фондів знижується собівартість продукції.

Показники, що характеризують **ефективність використання основних фондів**, розрізняють

загальні, які характеризують ефективність використання всієї сукупності основних фондів;

приватні, такі, що характеризують ефективність використання окремих груп і видів основних фондів.

ЗАГАЛЬНІ ПОКАЗНИКИ

Фондовіддача (Фо) - відношення виручки від реалізації продукції в цінах, що діють (Вр) (у торгівлі - товарообігу (Т) до середньорічної вартості основних фондів (Фср):

$$\text{Фо} = \text{Вр} : \text{Фср}, \quad \text{Фо} = \text{Т} : \text{Фср}.$$

Фондомісткість (Фе) - зворотний показник фондовіддачі, показує скільки основних фондів доводиться на 1 грн. виручки від реалізації продукції або товарообігу:

$$\text{Фе} = 1 : \text{Фо} \quad \text{або} \quad \text{Фе} = \text{Фср} : \text{Вр}$$
$$\text{Фе} = \text{Фср} : \text{Т}.$$

Рентабельність основних фондів (Рф) - це відношення балансового прибутку (Пб) до середньорічної вартості основних фондів (Фср), показує який прибуток отримана з розрахунку на 1 грн. основних фондів:

$$Рф = Пб : Фср.$$

Оскільки фондівдача і рентабельність основних фондів характеризують різні сторони ефективності використання основних фондів, то їх динаміка може не співпадати. Для загальної оцінки ефективності основних фондів використовують інтегральний показник використання основних фондів (Жи):

$$Жи = \sqrt{Jф * Jр}, \text{ де}$$

Jф, Jр - індекс фондівдачі (рентабельності) основних фондів, що розраховується як відношення фондівдачі (рентабельності) основних фондів звітного періоду (Фо_а) до попереднього (Фо_{а-1}):

$$Jф = Фо_a : Фо_{a-1};$$

$$Jр = Рф_a : Рф_{a-1}.$$

ПРИВАТНІ ПОКАЗНИКИ

Коефіцієнт змінності роботи устаткування (Ксм) - співвідношення загальної кількості відпрацьованих машино-смен в добу (Гф) до встановленого устаткування (включаючи резервне і таке, що знаходиться в плановому ремонті) (К).

$$Ксм = Гф : До$$

Чим вище цей коефіцієнт, тим більше устаткування працює протягом доби і тим більше випускається продукції.

Напруженість використання устаткування (Кно) - випуск продукції (Vпр) з розрахунку на одиницю устаткування (К).

$$Кно = Vпр : До$$

Напруженість використання виробничих площ (Кнп) - випуск продукції з розрахунку на одиницю загальної або виробничої площі (S).

$$Кнп = Vпр : S$$

Коефіцієнт інтенсивного навантаження устаткування (Кинт) - відношення кількості випущеної продукції за одиницю часу (Nф) до технічної (паспортною) продуктивності (Nн) відповідного устаткування.

$$Кинт = Nф : Nн$$

Коефіцієнт екстенсивного використання машин і устаткування (Ке) - визначає ступінь їх використання в часі і є відношенням ефективного (фактичного) часу роботи устаткування до календарного (при безперервному

режимі роботи виробництва) або номінального (при переривчастому режимі роботи виробництва) часу.

$$K_e = V_f : V_k \quad \text{або} \quad K_e = V_f : V_n, \text{ де}$$

Загальне використання машин і устаткування і за часом і по потужності характеризує коефіцієнт інтегрального навантаження (Кинтегр). Він визначається твором показників екстенсивного і інтенсивного навантаження:

$$\text{Кинтегр} = K_e * \text{До инт}$$

або відношенням фактичного випуску продукції за час фактичної роботи устаткування ($V_{\text{прф}}$) і максимально можливим випуском продукції виходячи з паспортної продуктивності і максимально можливого часу роботи устаткування ($V_{\text{прмах}}$):

$$\text{До интегр} = V_{\text{прф}} : V_{\text{прмах}}.$$

Головною ознакою підвищення рівня ефективності використання основних фондів і виробничих потужностей того або іншого підприємства є збільшення об'єму виробництва продукції. Кількість же проведеної продукції при наявному розмірі виробничого апарату залежить, з одного боку, від фонду часу продуктивної роботи устаткування в перебігу зміни, доби, місяця або року, тобто від їх екстенсивного навантаження, а з іншого боку - від рівня використання знарядь праці в одиницю часу (інтенсивне навантаження).

Всю сукупність технічних, організаційних і економічних шляхів підвищення кращого використання основних фондів і виробничих потужностей підприємства по їх змісту і призначенню можна розділити на дві групи:

- * збільшення екстенсивного навантаження
 - скорочення простоїв устаткування;
 - підвищення коефіцієнта змінності роботи устаткування;
 - зниження частки недіючих машин і устаткування, вивід з експлуатації непотрібного і неефективно використовуваного устаткування.
- * підвищення інтенсивного навантаження
 - технічне вдосконалення устаткування (заміна і модернізація фізично виробленого і технічно застарілого устаткування), підвищення якості сировини;
 - впровадження нових технологій, інтенсифікація виробничих процесів;
 - застосування прогресивних форм організації виробництва.

7.6. Економічна сутність, класифікація та показники ефективності використання оборотних активів

Оборотні активи є однією зі складових частин майна підприємства. Стан і ефективність їх використання - одна з головних умов успішної діяльності підприємства.

Оборотні активи - це сукупність грошових коштів, що авансуються для створення оборотних виробничих фондів і фондів обертання, що забезпечують безперервний кругообіг грошових коштів.

У своєму русі оборотні активи проходять послідовно 3 стадії: грошову, виробничу і товарну.

Оборотні активи знаходяться одночасно на всіх стадіях і у всіх формах виробництва, що забезпечує його безперервність і безперебійну роботу.

У практиці планування, обліку і аналізу оборотні активи розглядають з двох боків: по напрямках використання і за джерелами формування.

По напрямках використання оборотні активи можна підрозділити по наступних ознаках.

а) за функціональним призначенням
використовувані за призначенням (робочі)
відвернуті від основного призначення.

Відвернення носить тимчасовий характер і через відповідний час відвернуті засоби повертаються до основного призначення. Відвернення здійснюється в необоротні активи, довгострокові фінансові вкладення, нематеріальні активи, покриття недоліку спеціальних фондів цільового призначення, на покриття витрат капітального ремонту і будівництва, що перевищують засоби цільового фінансування.

б) по напрямках фінансування робочі оборотні активи ділять на
оборотні фонди
фонди обертання

Ділення оборотних активів на оборотні фонди і фонди обертання визначається особливостями їх використання і розподілу в сферах виробництва і обертання. Оборотні активи, зайняті у виробництві залежать від тривалості технологічного циклу, рівня технології.

Сума коштів обертання залежить головним чином від умов реалізації і рівня організації торгівлі.

Оборотні фонди підприємства мають натурально-речову і вартісну форми. У господарській практиці до складу оборотних фондів включають: виробничі запаси, незавершене виробництво і напівфабрикати власного виготовлення, витрати майбутніх періодів.

Оборотні активи, які обслуговують процес обертання називаються **фондами обертання**. До них відносяться готова продукція, відвантажена продукція, запаси сировини і матеріалів в промислових підприємствах, товарні запаси в торгових підприємствах, відвантажені і в дорозі, грошові кошти, засоби в розрахунках.



Рисунок 7.2 - Склад оборотних активів підприємства по елементах

в) по ролі у виробництві (характеру використання)

- виробничі запаси
- незавершене виробництво
- витрати майбутніх періодів
- малоцінний і швидкозношуваний інвентар
- готова продукція
- товарні запаси
- товари відвантажені
- дебіторська заборгованість
- грошові кошти.

Виробничі запаси складають найбільшу за величиною частину оборотних фондів. До них відносяться запаси сировини, основних і допоміжних матеріалів, палива, пального, тари, ремонтних деталей і вузлів, малоцінних і швидкозношуваних предметів.

Незавершене виробництво - це предмети праці, обробка яких не завершена. Вони знаходяться безпосередньо на робочому місці або в процесі транспортування від одного робочого місця до іншого продані (витрати на залишок товарів).

Напівфабрикати власного виготовлення - до них відносяться ті предмети праці, які повністю оброблені в даному підрозділі підприємства, але вимагають подальшої обробки в іншому підрозділі.

Витратами майбутніх періодів є грошові витрати, які мають місце в даному періоді, але відшкодовуються за рахунок собівартості в наступні періоди. До них відносяться витрати на підготовку виробництва, освоєння випуску нових товарів (послуг), раціоналізацію і винахідництво, придбання періодичних видань і ін.

Готова продукція - продукція, що закінчена виробництвом, пройшла випробування і приймання, повністю укомплектована згідно умовам договорів із замовником і відповідна технічним умовам і вимогам.

Товарні запаси - характерні для підприємств, що здійснюють торгівлю діяльністю, і підприємств масового живлення.

Товари відвантажені - товари, що знаходяться на шляху до покупця.

Дебіторська заборгованість - заборгованість юридичних і фізичних осіб даному підприємству. Нормальна дебіторська заборгованість виникає унаслідок вживаних форм розрахунків за товари і послуги: при видачі засобів під звіт на різні потреби, при пред'явленні претензій іншим підприємствам і так далі. Невиправдана дебіторська заборгованість виникає унаслідок недоліків в роботі підприємства: при виявленні недостач, розтрати і розкрадань товарно-матеріальних цінностей і грошових коштів. Наявність крупної дебіторської заборгованості слід розглядати як чинник, що негативно впливає на фінансове положення підприємства, а зростання її в динаміці свідчить про його погіршення.

Грошові кошти:

у касі - незначні суми готівки для невідкладних витрат;

на розрахунковому рахунку. Збільшення в динаміці засобів на розрахунковому рахунку свідчить про поліпшення фінансового стану підприємства. Основним джерелом зростання засобів на розрахунковому рахунку є надходження виручки від реалізації. Крім того, надходження засобів при здачі в банк залишку не використаних за призначенням наявних грошових коштів, отриманні в банці короткострокових позик, бюджетному фінансуванні, надходженні засобів від покупців і замовників за надані послуги і пр.;

на валютному рахунку - суми в іноземній валюті, що знаходяться у розпорядженні підприємства.

г) залежно від матеріально-речового складу

предмети праці (сировина, матеріали, паливо і ін.)

готова продукція і товари

грошові кошти

кошти в розрахунках (дебіторська заборгованість)

д) за принципом організації

нормовані

ненормовані

До нормованих оборотних коштів відносять виробничі і товарні запаси, готову продукцію, грошові кошти в касі і шляху. Норматив оборотних активів встановлює їх мінімальну розрахункову суму, постійно необхідну підприємству для роботи.

Невідповідність нормативу оборотних активів може привести до скорочення виробництва, невиконання виробничої програми із-за перебоїв у виробництві і реалізації продукції.

Наднормативні запаси відволікають з обороту грошові кошти, свідчать про недоліки матеріально-технічного забезпечення, неритмічність процесів виробництва і реалізації продукції. Все це приводить до недостатнього або неефективного використання ресурсів.

До ненормованих оборотних коштів відносять товари відвантажені, дебіторську заборгованість, грошові кошти на розрахунковому рахунку. Проте умови ринкових відносин вимагають строгого обліку всіх складених, розробляються календарі надходження і витрачання засобів, іншими словами сучасні умови вимагають нормування всіх елементів оборотних активів.

д) залежно від ступеня ризику вкладення коштів

з мінімальним ризиком вкладень - грошові кошти, короткострокові фінансові вкладення;

з малим ризиком вкладень - дебіторська заборгованість (за вирахуванням сумнівної), виробничі запаси (за вирахуванням залежаних), залишки готової продукції і товарів (за вирахуванням тих, що не мають попиту)

з високим ризиком вкладень - сумнівна дебіторська заборгованість, залежані виробничі запаси, готова продукція і товари, що не мають попиту.

Ефективне використання оборотних активів - це таке їх функціонування, при якому забезпечується стійкий стан фінансових ресурсів, і досягаються найвищі результати діяльності при найменших витратах підприємства.

При оцінці загальної ефективності використання оборотних активів розраховують рентабельність, фондвіддачу, фондомісткість і оборотність оборотних активів.

Рентабельність оборотних активів (Роа) визначається по формулі:

$$Роа = \frac{\Pi}{ОА} * 100, \text{ де}$$

Π - прибуток підприємства за аналізований період;

ОА - середньорічний залишок оборотних активів в аналізованому періоді.

Середній залишок оборотних активів визначається як середня хронологічного моментного ряду, обчислювана по сукупності значення показника в різні моменти часу:

$$OA = \frac{1/2 Oa1 + Oa2 + \dots + 1/2 Oan}{n - 1}, \text{ де}$$

Oa1, Oa2, Oan - залишок оборотних активів на перше число кожного місяця (кварталу);

n - число місяців (кварталів).

Показник рентабельності характеризує ефективність фінансової діяльності підприємства порівнюючи витрати засобів з результатами.

Коефіцієнт фондovіддачі (Кфо) характеризує виручку від реалізації продукції, робіт, послуг (у торгівлі - товарообіг), що доводиться на одну гривну оборотних активів і розраховується як відношення виручки від реалізації продукції, робіт, послуг (Вр) або товарообігу (Т) до середнього залишку оборотних активів (ОА):

$$K_{\text{фо}} = \frac{V_p}{OA} \quad \text{або} \quad K_{\text{фо}} = \frac{T}{OA}$$

Виручка від реалізації продукції, робіт, послуг для розрахунків використовується за вирахуванням акцизного збору і податку на додану вартість.

Коефіцієнт фондомісткості (завантаження) засобів в обороті (Кз) є зворотним показником фондovіддачі і визначається діленням середнього залишку оборотних активів на виручку від реалізації продукції, робіт, послуг або товарообіг.

$$K_z = \frac{OA}{V_p} \quad \text{або} \quad K_z = \frac{OA}{T}$$

Цей коефіцієнт характеризує суму оборотних активів, що авансуються на одну гривну виручки від реалізації продукції, робіт послуг або товарообігу. Іншими словами, він є оборотною фондомісткістю, тобто витрати оборотних активів (у копійках) для отримання 1 грн. реалізованої продукції (робіт, послуг). Чим менше коефіцієнт завантаження оборотних активів, тим ефективніше вони використовуються.

Найважливішим показником ефективності використання оборотних активів є їх оборотність. Під **оборотністю** коштів розуміється тривалість проходження засобами окремих стадій виробництва і обертання. Час, протягом якого оборотні активи знаходяться в обороті, тобто послідовно переходять з однієї стадії в іншу, складає період обороту оборотних активів.

Оборотність оборотних активів обчислюється часом обертання оборотних активів в днях (тривалість одного обороту) або кількістю оборотів за звітний період (коефіцієнт оборотності).

Коефіцієнт оборотності оборотних активів (Коб) показує кількість оборотів, що здійснюються оборотними активами за аналізований період і може бути розрахований діленням кількості днів аналізованого періоду (Д) на тривалість одного обороту в днях (t):

$$\text{До про} = \frac{Д}{t} = \frac{Вр}{ОА}$$

Чим коротше період оборотності в днях, тим більше оборотів здійснюють оборотні активи. Чим вище число оборотів, тим менше засобів необхідно мати підприємству для оперативної поточної діяльності.

Тривалість одного обороту в днях (t) є відношенням суми середнього залишку оборотних активів (ОА) до суми середньодневної виручки від реалізації продукції, робіт, послуг або середньодневному товарообігу за аналізований період.

$$t = \frac{ОА * Д}{Вр} \quad \text{або} \quad t = \frac{ОА}{Врсд}, \text{ де}$$

Д - число днів в аналізованому періоді;

Врсд - середньодневная виручка від реалізації продукції, робіт, послуг, розраховується по формулі:

$$Врсд = Вр : Д.$$

Прискорення оборотності зменшує потреба в ОА за рахунок їх вивільнення з обороту, тому прискорення оборотності ОА є найважливішим показником ефективності їх використання і одним з джерел економії грошових ресурсів.

Розрізняють абсолютне і відносне вивільнення ОА.

Відносне вивільнення відображає як зміна величини ОС, так і зміна об'єму реалізованої продукції.

Величина вивільнених або додатково залучених оборотних активів визначається по формулі:

$$У \text{ высвоб. ОА} = Врсд (t \text{ ф} - t \text{ пл}) = \frac{+ \text{ заморозж.}}{- \text{ высвобож.}}, \text{ де}$$

На ефективність використання оборотних активів підприємства впливає безліч чинників, які можна об'єднати в 3 групи:

- загальноекономічні;
- організаційні;
- пов'язані з технічним прогресом.

До *загальноекономічних чинників* відносяться: зміна величини виручки від реалізації продукції, робіт, послуг (товарообігу) і її структури, розміщення продуктивних сил, динаміка продуктивності праці.

До групи *організаційних чинників* входять: зміна розмірів підприємства і його спеціалізація, тип виробництва, зміна тривалості технологічного циклу, впровадження нових форм реалізації.

Чинники, *пов'язані з технічним прогресом*: зміна технологій і вживаної техніки, автоматизація виробничих процесів.

Щоб прискорити оборотність необхідно:

- удосконалювати рух товару і нормалізувати розміщення оборотних активів;
- повністю і ритмічно виконувати плани господарської діяльності
- удосконалювати розрахунки з постачальниками і покупцями;
- покращувати претензійну роботу;
- прискорювати оборот грошових коштів за рахунок строгої лімітації залишків грошей в касі, в дорозі, на рахівницях в банці;
- оптимізувати запаси господарських матеріалів, МБП, інвентаря, спецодягу, скоротити підзвітні суми, витрати майбутніх періодів;
- не допускати невиправданої дебіторської заборгованості.

Ефективність використання оборотних активів, отже, залежить від уміння управляти ними, покращувати організацію виробничої і торгової діяльності, підвищувати рівень комерційної і фінансової роботи.

Питання для самоконтролю:

1. У чому сутність основних фондів і яка їхня роль у розширеному відтворенні?
2. Видова класифікація і структура основних фондів.
3. Які існують види оцінок основних фондів?
4. Сутність фізичного та морального зносу основних фондів.
6. У чому сутність амортизації і які існують методи нарахування амортизації?
7. Які методи нарахування амортизації застосовують в Україні?
8. Які види ремонту здійснюють на підприємствах?
9. Що таке виробнича потужність підприємства?
10. Які напрями кращого використання основних виробничих фондів і виробничих потужностей?
11. Сутність та складові оборотних активів підприємства.
12. Показники ефективності використання оборотних активів.

Тема 8. Нематеріальні ресурси підприємства

8.1. Нематеріальні ресурси, їх сутність і види

8.2. Поняття нематеріальних активів, їх склад

Рекомендована література: [1], [5], [11], [12], [13], [24], [26], [31], [40], [43], [45], [46]

Основні поняття: інтелектуальна власність, промислова власність, винахід, промисловий зразок, ноу-хау, раціоналізаторська пропозиція, гудвіл, патент, ліцензія, роялті, паушальний платіж

8.1. Нематеріальні ресурси, їх сутність і види

Нематеріальні ресурси - це складова частина потенціалу підприємства, здатна приносити користь впродовж тривалого періоду, для якої характерна відсутність матеріальної основи отримання доходу і невизначеність розмірів майбутнього прибутку від її використання.

До них відносяться об'єкти промислової і інтелектуальної власності, а також інші ресурси нематеріального походження (см.рис.8.1).

Поняття ПРОМИСЛОВА ВЛАСНІСТЬ використовується для позначення виняткового права на використання винаходів, промислових зразків, корисних моделей, товарних знаків і знаків обслуговування.

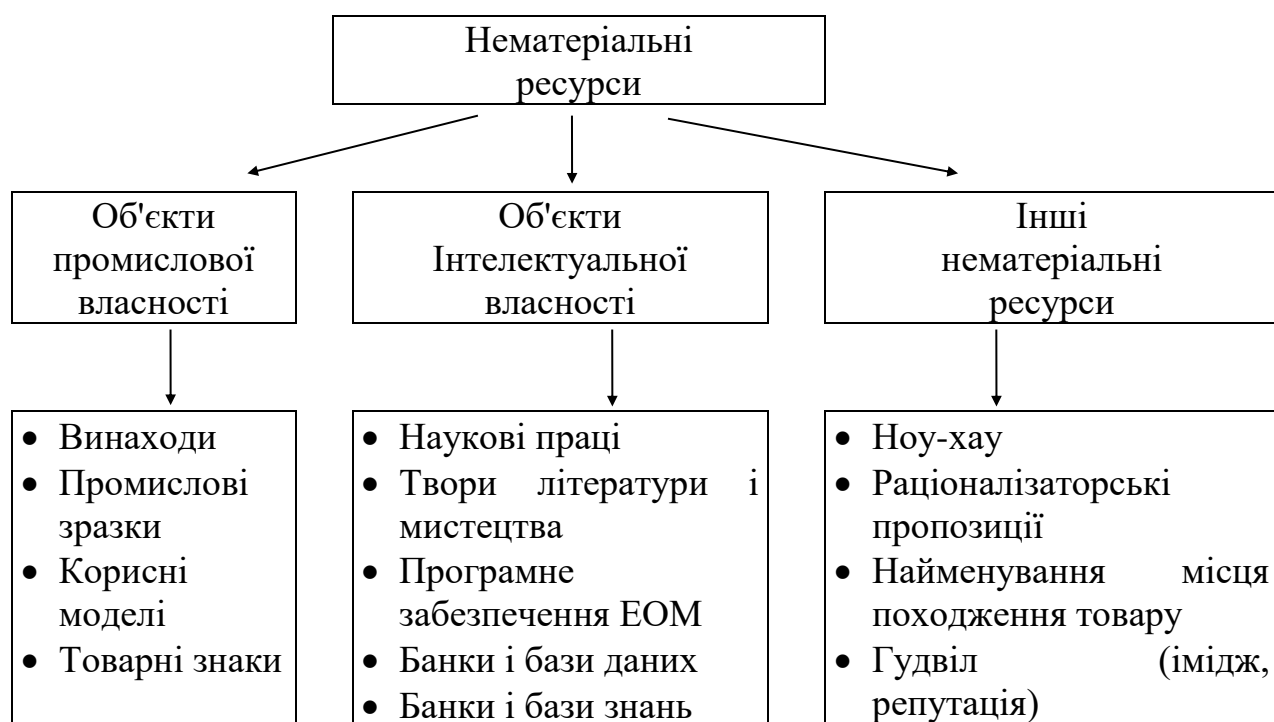


Рисунок 8.1 - Види нематеріальних ресурсів підприємства

Винахід - це відмічене істотною новизною рішення технічної задачі у будь-якій галузі економіки, таке, що дає позитивний ефект. Винаходом може бути лише конкретне рішення технічної задачі. Пропозиції у вигляді ідеї, загальної постановки завдання не можуть бути винаходом.

Промисловий зразок - це нове, придатне до здійснення промисловим способом художнє вирішення виробу, в якому досягається єдність технічних і естетичних властивостей.

Промисловий зразок може бути об'ємним (модель), плоским (малюнок) або комбінованим. Деякі вироби не підлягають охороні як промислові зразки (галантерейні, швейні, трикотажні вироби, тканини (окрім декоративних), взуття і головні убори).

Корисні моделі - це нові по вигляду, формі, розміщенню частин або будові моделі. Предметом технічного вирішенням корисної моделі є тільки конструкція виробу, його форма.

Товарним знаком вважаються оригінальні позначення (ім'я, термін, малюнок або їх поєднання), які мають правовий захист і призначені для виділення даного товару серед інших подібних.

Якщо під товарним знаком пропонуються послуги, то він називається знаком обслуговування. Товарний знак повинен ідентифікувати товар (послугу). Цим він сприяє реалізації товару і має рекламний характер. Основними вимогами до товарних знаків є їх індивідуальність, впізнаваність, привабливість для споживачів і охораноздатність.

Поняття ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ охоплює авторське право і інші права на продукти інтелектуальної діяльності: наукові праці, твори літератури і мистецтва, програмні продукти, результати науково-дослідних робіт.

Програмне забезпечення - це сукупність програм, які використовуються в роботі з ЕОМ. Розрізняють загальне і спеціальне програмне забезпечення. Загальне - це способи спілкування з ЕОМ (програми тестування, системи проектування і операційні системи).

Спеціальне - це сукупність програм для вирішення завдань певного конкретного класу (пакети прикладних програм).

Програмні продукти є важливим об'єктом комерційних відносин, тому підлягають правовій охороні, на них розповсюджуються авторські права.

Банк даних - це певна сукупність програмних, організаційних і технічних засобів, призначених для централізованого накопичення і багатоцільового колективного використання інформації, а також самих даних, які відповідним чином систематизовані і сконцентровані у визначеному місці

Ядро банку даних складає база даних.

База даних - це поймаєна сукупність інформаційних одиниць в певній наочній сфері, яка відображає стан об'єктів і їх взаємовідношення.

Наприклад, інформація про населення, його половозрастном складі по підприємствах, районах, областям - це база даних. А банк даних - це сукупність програм, за допомогою яких можна отримати конкретну

інформацію про населення (угруповання населення по окремих ознаках: чисельність працівників з вищою освітою, чисельність жінок і так далі), на основі закладеної бази даних.

База знань - це сукупність систематизованих основоположних відомостей, які відносяться до певної галузі знань і зберігаються в пам'яті ЕОМ.

У таких інформаційних системах виділяють дві самостійні частини. У першій з них зберігаються знання про наочну область і способи роботи з нею, а в іншій - конкретні факти, які описують галузь. База знань - це подальший розвиток бази даних. На відміну від останньої вона має гнучку структуру і дозволяють здійснювати логічні операції, тобто описувати факти, закони, співвідношення. Наприклад, база знань містить ряд програм, методик, за допомогою яких можна визначити кількісні параметри (структуру населення, коефіцієнт смертності) і їх логічну оцінку (якщо коефіцієнт смертності більше певної величини, то необхідно збільшити виділення засобів на охорону здоров'я і так далі).

Банк знань - це сховище знань що складаються з самої інформації, опису засобів, за допомогою яких накопичують, оновлюють і використовують її і засоби управління всіма цими процесами.

ІНШІ НЕМАТЕРІАЛЬНІ РЕСУРСИ.

Ноу-хау (англ. *know-how* - *знаю як*) - це незахищені охоронними документами і не обнародовані знання або досвід науково-технічного, виробничого, управлінського, комерційного, фінансового або іншого характеру, які можуть бути використані в діяльності по виготовленню продукції або послуг. До ноу-хау також відносяться незапатентовані винаходи, специфічні формули, рецепти, методики, розрахунки, і так далі. Іншими словами, "ноу-хау" ¹комплекс технічних знань і комерційних секретів.

Раціоналізаторська пропозиція - це технічне рішення, яке є новим і корисним для підприємства по удосконаленню використовуваної техніки, продукції, що виготовляється, способів контролю, спостереження досліджень, техніки безпеки або пропозиції по підвищенню продуктивності праці, ефективному використанню ресурсів.

У відмінності від винаходів раціоналізаторські пропозиції носять характер новизни для даного підприємства. Тому вони не патентоспроможні. Авторство на них не охороняється законом. Всі питання по їх використанню вирішує підприємство.

Найменування місця походження товару відображає назва країни (місцевості, населеного пункту), які використовуються для позначення товару, особливі властивості визначаються природними умовами або людськими чинниками, характерними для даного географічного об'єкту.

Підприємство, що зареєструвало місце походження товару, отримує право на його використання в рекламних цілях. Особливість цього нематеріального ресурсу в тому, що таке право може бути дане будь-якому іншому підприємству, яке господарює на даній території.

Гудвіл (от англ. *good will* — *добрая воля, доброжелательность*) - це невідчутний основний капітал підприємства. Він формується під впливом іміджу підприємства, досвіду ділових зв'язків, престижу товарних знаків, стабільної клієнтури, доброзичливості споживачів і ін. По своєму економічному змісту цей вид нематеріального ресурсу представляє різницю між оцінкою, по якій майно числиться на балансі підприємства і фактичною ціною, сплаченою за підприємство. У балансах підприємств на заході цей ресурс наголошується окремою статтею "ділова репутація".

Гудвіл - комплекс заходів, направлених на збільшення прибутку підприємства, без відповідного збільшення основних операцій, включаючи використання кращих управлінських здібностей, домінуючі на ринку нові технології.

Нематеріальні ресурси грають істотну роль в підвищенні конкурентоспроможності підприємств, що діють. В умовах, коли коштує проблема реалізації, підприємство вимушене шукати нові методи просування товарів і послуг. Дієвим інструментом при цьому може бути використання нематеріальних ресурсів.

8.2. Поняття нематеріальних активів, їх склад

Нематеріальні активи - це права на використання об'єктів промислової і інтелектуальної власності, а також інші майнові права.

Право власності на винаходи і промислові зразки отримується за допомогою патентів.

Патент - це виданий державним органом документ, який надає виняткове право використовувати вказане в патенті технічне рішення. Патент має дві частини: патентну грамоту, яка містить ім'я патентовласника і автора, найменування технічного рішення і ін. зведення, і патентний опис, який характеризує суть технічного рішення.

Виняткове право, яке надається патентовласнику, означає монополію на промислове або інше комерційне використання об'єктів промислової власності.

Тому без спеціального дозволу патентовласнику об'єкт патенту не може бути використаний. У разі порушення цієї вимоги патентовласник може звернутися до суду для відшкодування збитків.

Право власності на корисні моделі охороняється шляхом оформлення свідоцтва про реєстрацію, яке надає виняткове право на корисні моделі строком на 5 років (з можливим продовженням).

Правова охорона товарного знаку (знаку обслуговування) здійснюється також на основі державної реєстрації. На зареєстрований товарний знак

видається свідоцтво, яке засвідчує пріоритет товарного знаку і виняткове право на його використання.

Авторське право - це система правових норм, які визначають положення авторів наукових публікацій, літературних і художніх творів, програмного забезпечення для ЕОМ і їх взаємовідношення з іншими контрагентами.



Рисунок 8.2 - Види правового захисту нематеріальних ресурсів і нематеріальні активи

Правовий захист місця походження товару виникає на основі його реєстрації шляхом отримання свідоцтва на виняткове право його використання.

Ноу-хау, раціоналізаторські пропозиції, гудвіл не мають спеціального правового захисту. Але їх розголошення може принести шкоду інтересам власника. Тому вони є складовою частиною комерційної таємниці. Порядок захисту комерційної таємниці визначається підприємством.

Права користування земельними ділянками і іншими природними ресурсами передбачають виняткове право власників на відповідне їх господарське або інше використання, оформляється у вигляді свідоцтва.

При визначенні ціни “ноу-хау” необхідно враховувати, що вона окупитися майбутнім прибутком, який отримає користувач; інакше у нього буде менший прибуток або не буде її взагалі. Тому власник повинен виконати техніко-економічний розрахунок для проекту: з використанням “ноу-хау” і без його використання. У світовій практиці ціна “ноу-хау” складає 5 % від майбутнього прибутку, але є випадки, коли вона досягає 20%. При визначенні ціни власник встановлює, які витрати користувач може понести при самостійній розробці “ноу-хау”, а також мінімально допустиму ціну, нижче за яку продаж недоцільний.

Існує декілька способів оплати “ноу-хау”. Основні з них:

- роялті - поступові виплати за “ноу-хау” пропорційно певним показникам в ході його використання. Роялті зазвичай нараховується пропорційно зміні прибули або випуску продукції;

- паушальний платіж - одноразовий, заздалегідь обумовлений платіж. Паушальні платежі використовуються, коли складно спрогнозувати ефект дії “ноу-хау” або вартість ліцензії невисока. Паушальні платежі частіше застосовуються в позавиробничій сфері (управління, фінансова звітність, правові питання);

- “кост плас” - виплати за додаткові послуги з узгоджених розцінок понад обумовлену ціну (паушальний платіж).

Можуть застосовуватися також змішані форми платежів.

Реалізація права власності на нематеріальні ресурси можлива шляхом їх використання самим власником, або з його дозволу надання такого права іншій зацікавленій стороні. Така передача власності здійснюється у формі ліцензійної угоди.

Ліцензією називається дозвіл використовувати технічне досягнення або будь-який з нематеріальних ресурсів впродовж певного терміну за обумовлену винагороду.

Ліцензійна угода - це договір, відповідно до якого власник винаходу, промислового зразка, корисної моделі, товарного знаку, комерційної таємниці (ліцензіар) передає іншій стороні (ліцензіату) право на використання в певних межах своїх прав на патенти, ноу-хау, товарні знаки і тому подібне

Залежно від умов надання ліцензії розрізняють:

1) по підставі видачі:

добровільні ліцензії.

примусові ліцензії.

2) залежно від об'єму передаваних прав:

Звичайна ліцензія, яка залишає ліцензіату право особистого використання технічного рішення і дозволяє укладати ліцензійні угоди з іншими.

Виняткова ліцензія, по ній всі права виняткового використання об'єкту ліцензії передаються ліцензіату, але ліцензіар зберігає право особистого використання.

Повна ліцензія передбачає перехід до ліцензіата всіх прав користування.

3) по характеру об'єкту ліцензії:

патентні і
безпатентні.

За користування об'єкту ліцензійної угоди ліцензіат виплачує ліцензіару певну винагороду у формі:

- періодичних відрахувань (роялті) впродовж терміну ліцензійної угоди, які встановлюються у вигляді ставок до об'єму обороту, до собівартості або з розрахунку на одиницю ліцензійної продукції;

- одноразової винагороди за право використання об'єкту ліцензійної угоди. Ця винагорода називається *паушальною виплатою* (по суті це ціна ліцензії).

Специфіка нематеріальних активів обуславлює особливості їх оцінки і обліку. У міжнародній практиці існують декілька методів оцінки нематеріальних активів:

за собівартістю – оцінюють власні нематеріальні активи, створені самим підприємством (витрати по створенню нематеріальних активів);

за купувальною вартістю - нематеріальні активи, які купують в процесі діяльності підприємства;

за ринковою вартістю – оцінюються нематеріальні активи, якщо підприємство приймає рішення продати або вкласти їх в статутній фонд іншого підприємства.

На нематеріальні активи нараховується знос. Норма амортизації нематеріальних активів визначається самостійно підприємством з урахуванням терміну корисного використання. Для тих нематеріальних активів, по яких не можна встановити корисний термін експлуатації, застосовується термін 10 років.

Не нараховуються амортизаційні відрахування на "ноу-хау", гудвіли, товарні знаки і так далі, вартість яких не зменшується в процесі їх використання.

Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення нематеріальних ресурсів підприємства.
2. Дайте визначення інтелектуальної власності.
3. Що являє собою промислова власність.
4. Сутність і поняття винаходу.
5. Які нематеріальні ресурси охороняються авторським правом і суміжними правами?
6. Які нематеріальні ресурси складають комерційну таємницю підприємства?
7. Розкрийте сутність поняття «гудвіл».

8. Дайте визначення нематеріальних активів підприємства.
9. Сутність і види патентів.
10. Сутність і види ліцензій.

Тема 9. Трудові ресурси підприємства

- 9.1. Сутність, класифікація та показники стану трудових ресурсів підприємства.
- 9.2. Показники ефективності використання трудових ресурсів.
- 9.3. Форми та системи оплати праці працівників.

Рекомендована література: [1], [5], [11], [12], [13], [24], [26], [31], [40], [43], [45], [46]

Основні поняття: трудові ресурси, потенціал підприємства, продуктивність праці, трудомісткість, відрядна, тарифна, погодинна форми оплати праці

9.1. Суть, класифікація і показники стану трудових ресурсів підприємства

Трудові ресурси – це усі громадяни, що працюють на підприємстві, які вкладають свою працю, фізичні і розумові здібності, знання, практичні навички в діяльність підприємства для виконання його місії і досягнення цілей.

Розрізняють трудові ресурси

- реальні (ті люди, які вже працюють)
- потенційні (ті, які повинні бути привернуті до певної праці в перспективний період).

Трудові ресурси, реальні і потенційні, є одним з головних об'єктів управління на рівні як макросистем (держава, регіон, галузь), так і мікросистем (підприємство).

На рівні окремого підприємства для характеристики всієї сукупності працівників замість терміну “трудові ресурси” використовують терміни: персонал, кадри, або трудовий колектив.

Персоналом підприємства є сукупність постійних працівників, які отримали необхідну професійну підготовку і мають досвід практичної роботи.

Для правильної економічної характеристики, аналізу і планування трудових ресурсів велике значення має науково-обґрунтована їх класифікація.

Всі працівники підприємства класифікуються за наступними основними показниками:

1) залежно від участі їх в господарській діяльності

персонал основного виду діяльності – працівники, зайняті закупівлею, транспортуванням, зберіганням і іншими функціями, пов'язаними з торгово-технологічною діяльністю підприємства.

персонал неосновного виду діяльності – персонал, який працює на об'єктах соціальної інфраструктури підприємства (обслуговуючий вид діяльності).

2) за характером виконуваних функцій

керівники - це працівники, які займають посади керівників і їх структурних підрозділів. До них відносяться: директор, начальники, завідувачки, керівники, виконроби, майстри і головні фахівці: головний бухгалтер, головний інженер, головний механік і так далі

фахівці - працівники, які займаються інженерно-технічними, економічними і іншими роботами: інженери, економісти, бухгалтери, нормувальники, адміністратори, юрисконсульти, соціологи і так далі

службовці - працівники, які здійснюють підготовку і оформлення документації, облік і контроль, господарське обслуговування, тобто виконують технічну роботу: діловоди, обліковці, архіваріуси, агенти. креслярі, секретарі-друкарки, стенографістки і так далі

робочі - працівники безпосередньо зайняті в процесі виробництва матеріальних цінностей, а також ремонтом, переміщенням вантажів, перевезенням пасажирів. Крім того, до робочих відносять двірників, прибиральниць, охорону, кур'єрів, гардеробників.

3) за статтевовіковим складом

чоловіки у віці до 30 років
від 30 до 60 років
і понад 60 років

жінки - до 30 років
від 30 до 55 років
і понад 55 років;

4) за стажем роботи

працівники із стажем до 1 року
1-3 років
3-10 років
і понад 10 років;

5) за професіями і спеціальностями:

Професія - це вид трудової діяльності, здійснення якої вимагає відповідного комплексу спеціальних знань і практичних навиків.

Спеціальність - це вузький різновид трудової діяльності у межах професії.

Кожна галузь має властиві тільки їй професії і спеціальності. У той же час є загальні (крізні) професії робочих і службовців. В Україні діє номенклатура професій і спеціальностей.

б) за кваліфікаційним рівнем.

Кваліфікація - це сукупність спеціальних знань і практичних навиків, які визначають ступінь підготовленості працівника до виконання професійних функцій обумовленої складності.

Рівні кваліфікації керівника, фахівців і службовців характеризується рівнем освіти, досвідом роботи на посаді.

Розрізняються фахівці найвищої (що мають вчені ступені і звання), вищої (з вищому освітою), середньої кваліфікації і фахівці-практики.

Серед робочих розрізняють висококваліфікованих, кваліфікованих, малокваліфікованих і некваліфікованих працівників.

Управління трудовими ресурсами, забезпечення їх ефективного використання, вимагає формування системи оцінки трудового потенціалу підприємства.

Слід розрізняти явочну, облікову і середньооблікову чисельність працівників на підприємствах.

Явочна чисельність (Чя) - це кількість працівників, які повинні бути на робочому місці щодня для забезпечення нормального процесу господарської діяльності (у торгівлі – це продавці і касири, які реалізують товар і обслуговують покупців).

Явочна чисельність продавців і касирів розраховується за наступною формулою:

$$Чя = \frac{Q_{рмср} \times M (t_d + t_{под}) \times Дн}{t_p}$$

де $Q_{рмср}$ - кількість атестованих робочих місць на підприємстві;

t_d - час роботи підприємства в день;

$t_{под}$ - час на підготовку робочих місць в день;

$Дн$ - кількість робочих днів підприємства в тиждень;

t_p - тривалість робочого тижня працівника підприємства за трудовим законодавством - 40 годин

Облікова чисельність (Чсп) включає всіх працівників, прийнятих на постійну, тимчасову і сезонну роботу на термін один день і більш з дня їх зарахування на роботу, незалежно від того на роботі вони чи ні.

$$Чсп = Чяв * Кув$$

$$Кув = F_k * F_n$$

Середньооблікова чисельність (Чсу) - чисельність за певний період (середньомісячна, середньоквартальна і середньорічна), розраховується за формулою:

$$Чсу = Ч_n + \frac{Ч_{пр} * Д_{отр}}{Д} - \frac{Ч_{ув} * (Д - Д_{отр})}{Д}, \text{ де}$$

$Ч_{пр}$ - чисельність працівників, прийнятих на роботу;

$Ч_{ув}$ - чисельність працівників, звільнених з роботи;

Дотр - кількість днів (місяців), відпрацьованих знов прийнятими працівниками;

Д - кількість календарних днів (місяців) в періоді.

Або

$$Ч_{су} = \frac{\sum_{i=1} Ч_i * Д}{Д}, \text{ де}$$

Ч - облікова чисельність працівників в і-том періоді;

Д - кількість днів (місяців), в перебігу яких облікова чисельність не мінлася.

Для оцінки чисельності персоналу також використовуються наступні показники:

- коефіцієнт обороту по прийому ($К_{пр} = Ч_{пр} : Ч_{к}$)
- коефіцієнт обороту по вибуттю ($К_{ув} = Ч_{ув} : Ч_{к}$)

- Коефіцієнт текучості персоналу ($К_{тп}$)

$$К_{тп} = \frac{\text{кількість звільнених працівників (} Ч_{ув} \text{)}}{\text{середньооблікова чисельність (} Ч_{су} \text{)}}$$

Чим менше значення коефіцієнта текучості кадрів, тим краще.

- Коефіцієнт стабільності персоналу ($К_{стп}$)

$$К_{стп} = \frac{\text{загальна кількість років роботи на даній підприємстві всього персоналу (} О \text{)}}{\text{середньооблікова чисельність (} Ч_{су} \text{)}}$$

Значення коефіцієнта стабільності персоналу тим краще, чим воно вище.

- коефіцієнт постійності кадрів ($К_{пост} = Ч_{к} : Ч_{су}$)

Чим ближче до 1, тим краще.

9.2. Показники ефективності використання трудових ресурсів

Підвищення наукового рівня управління трудовими ресурсами вимагає точної оцінки ефективності їх використання в процесі виробництва продукції, товарів, послуг. Проблема оцінки ефективності використання трудових ресурсів дуже складна як в практичному, так й у теоретичному плані.

У основу розробки критерію ефективності використання трудових ресурсів можуть бути покладені два основні принципи –

- максимізація результатів праці при заданому об'ємі його ресурсів або
- мінімізації його ресурсів на здійснення заданого результату.

Показниками ефективності використання трудових ресурсів на підприємстві є продуктивність праці і трудомісткість продукції. **Продуктивність праці** є складною економічною категорією, що характеризує ефективність (плідність) діяльності працівників у сфері торгово-оперативного процесу.

Рівень **продуктивності праці** визначається кількістю продукції (об'ємом робіт або послуг), яка проводиться одним працівником в одиницю робочого часу (година, зміна, доба, місяць, квартал, рік).

Трудомісткістю називається кількість робочого часу, який витрачений на виробництво одиниці продукції (виконання робіт або послуги). Це показник зворотний продуктивності праці.

Показники трудомісткості найчастіше виражають в людино-годинах на одиницю продукції, а в деяких укрупнених розрахунках використовують показники чисельності працівників, що доводиться на одиницю проведеного продукту.

$$ПТ = Т : Чсу$$

$$ТТ = Чсу : Т = 1 : ПТ$$

Розрізняють натуральні, трудові і вартісні показники вимірювання продуктивності праці.

Натуральні показники вимірювання продуктивності праці характеризують вироблення продукції в натуральній формі в одиницю робочого часу. Натуральними показниками продуктивності праці є тони, метри, і так далі. Натуральні показники мають обмежене застосування. В основному вони використовуються при продажі однорідній продукції. Прикладом натуральних показників є **норми часу**, що є відношенням загальної кількості витраченого робочого часу на весь об'єм робіт до виконаних одиниць робіт. Вони використовуються для аналізу фактичних витрат робочого часу, визначення інтенсивності праці робочих.

Трудові показники продуктивності праці характеризують відношення нормативних витрат до фактичних витрат робочого часу. Трудові показники застосовуються для визначення ефективності використання праці робочих в порівнянні з нормами, рівня виконання норм вироблення або ступеня скорочення нормативного часу робочим в %.

Вартісні показники вимірювання продуктивності праці знайшли широке застосування, оскільки дозволяють врахувати і порівняти різноманітні види робіт і привести їх до єдиного вимірника. Як основний показник для планування і обліку продуктивності праці застосовується товарообіг на одного працівника, зайнятого в торгово-оперативному процесі. Разом з тим, цей метод не завжди правильно відображає рівень продуктивності праці, оскільки на його вартісний вираз впливає структура робіт і їх матеріаломісткість, а також ціновий чинник.

Цілеспрямоване управління продуктивністю праці, розробка конкретних програм найбільш ефективного використання трудового потенціалу підприємства вимагають чіткої класифікації чинників підвищення

продуктивності праці. Залежно від можливості впливу підприємства і обліку їх в практичній діяльності всі чинники підвищення продуктивності праці ділять на дві групи:

зовнішні
внутрішні.

До зовнішніх чинників відносять ті, які об'єктивно знаходяться поза контролем окремого підприємства (загальнодержавного і загальноекономічного характеру):

- законодавство;
- політика і стратегія держави;
- ринкова інфраструктура;
- макроструктурні зрушення в суспільстві;
- природні ресурси.

До внутрішніх чинників відносять ті, на які підприємство може безпосередньо робити вплив:

- характер продукції;
- технологія і устаткування;
- фондовоозброєність;
- персонал, його структура і кваліфікація;
- організація торгівлі і праці;
- система мотивації праці і ефективність використання робочого часу і так далі

Крім того всі чинники, що впливають на підвищення продуктивності праці можна об'єднати в такі групи:

- * матеріально-технічні - вдосконалення техніки і технології, застосування нового вигляду сировини і матеріалів і т.д.;
 - * організаційні - поглиблення спеціалізації, комбінування, вдосконалення системи управління організації праці і т.д.;
 - * економічні - вдосконалення методів планування, систем оплати праці, участі працівників в доходах і т.д.;
 - * соціальні - створення відповідного матеріально-психологічного клімату, нематеріальне заохочення, поліпшення системи підготовки і перепідготовки персоналу і т.д.;
- природні умови та географічне розміщення підприємства - ця група чинників виділяється і аналізується на підприємствах добувних і деяких переробних галузей промисловості.

9.3. Форми та системи оплати праці працівників

У сучасних умовах на підприємствах застосовуються різні форми і системи оплати праці, але найбільше поширення отримали три форми оплати праці: відрядна, погодинна і тарифна.

Відрядна оплата праці (*Piece-rate pays of labour*) - це оплата праці за кількість зробленої продукції (робіт, послуг), вона заснована на оплаті праці в прямій залежності від його результатів.

Відрядну систему оплати праці на підприємстві найбільше доцільно застосовувати в наступних випадках:

- є можливість точного обліку обсягів виконуваних робіт;
- є значні замовлення на виготовлювану продукцію, а чисельність робітників обмежена;
- одне зі структурних підрозділів підприємства (цех, ділянка, робоче місце) є "вузьким" місцем, тобто стримує випуск продукції в інших технологічно взаємозалежних підрозділах;
- застосування цієї системи негативно не відобразиться на якості продукції;
- існує гостра необхідність у збільшенні випуску продукції в цілому по підприємству.

Відрядну оплату праці не рекомендується використовувати в тому випадку, якщо:

- погіршується якість продукції;
- порушуються технологічні режими;
- погіршується обслуговування устаткування;
- порушуються вимоги техніки безпеки;
- перевитрачаються сировина і матеріали.

Різновиди відрядної оплати праці:

Відрядно-преміальна - це така система оплати праці, коли робітник одержує не тільки відрядний заробіток, але і премію. Премія звичайно встановлюється за досягнення визначених показників: виконання плану виробництва продукції, завдань по якості продукції або економії у витраті матеріальних і інших видів ресурсів.

Непряма-відрядна - застосовується для оплати праці допоміжних робітників, заробітна плата яких залежить від результатів праці основних робітників, що обслуговуються ними.

Питома вага робітників, які отримують заробіток по цій системі, порівняно невелика.

Відрядно-прогресивна оплата праці, як правило, вводиться тимчасово на найважливіших ділянках основного виробництва. При цій системі заробіток робітника визначається по виконанню норми виробітки, як і при прямій відрядній оплаті, тобто по встановлених розцінках. При перевиконанні установленої норми прогресивно збільшуються доплати до основної відрядної розцінки. Нарахування прогресивних доплат робиться по результатах місячної роботи. Така система оплати праці застосовується звичайно на вирішальних ділянках, що є "вузьким місцем", у випадку особливої необхідності матеріального стимулювання робітників у зростанні виробітку. Недолік цієї системи в тому, що заробіток робітника зростає швидше, чим продуктивність праці. Розрахунок вимагає великої обчислювальної роботи.

Колективна відрядна (бригадна) оплата праці - відрядна форма оплати праці по результатах роботи колективу (бригади). Спочатку розраховується заробіток усієї бригади як при прямій відрядній системі, використовуючи бригадну розцінку. Потім цей заробіток розподіляється між членами бригади методом коефіцієнто-годин або методом коефіцієнта виконання норм. Головна

перевага даної системи в тому, що вона зацікавлює усіх робітників даної бригади в кінцевих результатах роботи, сприяє розвитку в них почуття відповідальності і взаємодопомоги.

Акордна система оплати праці - це різновид відрядної, оплати праці, сутність якої полягає в тому, що розмір оплати праці встановлюється на весь обсяг виконання робіт із визначенням терміну його виконання.

На підприємстві найбільш доцільно застосовувати акордну оплату праці в наступних випадках:

- підприємство не укладається в термін із виконанням якогось замовлення, і при його невиконанні воно буде зобов'язане заплатити значні суми штрафних санкцій у зв'язку з умовами договору;

- при надзвичайних обставинах (пожежі, обвали, виходи з ладу основної технологічної лінії по серйозній причині), що приведуть до припинення виробництва;

- при гострій виробничій необхідності виконання окремих робіт або впровадженні нового обладнання на підприємстві.

Погодинна оплата праці (Hour payment of labour) - це оплата праці за відпрацьований час.

Ця форма має такі системи:

Проста погодинна - розраховується як добуток годинної тарифної ставки робочого даного розряду на відпрацьований час у даному періоді.

Погодинно-преміювальна - це така оплата праці, коли робітник одержує не тільки заробіток за кількість відпрацьованого часу, але і визначений відсоток премії до цього заробітку.

Система посадових окладів. По цій системі оплачуються працівники, робота яких має стабільний характер.

Погодинну систему оплати праці найбільш вигідно застосовувати, якщо:

- на підприємстві функціонують потокові і конвеєрні лінії зі строго заданим ритмом;

- функції робітника зводяться до спостереження і контролю за ходом технологічного процесу;

- витрати на визначення планової та облік зробленої кількості продукції відносно великі;

- кількісний результат праці не може бути вимірний і не є визначальним;

- якість праці важливіше його кількості;

- робота є небезпечною;

- робота неоднорідна за своїм характером і нерегулярна по навантаженню;

- на даний момент збільшення випуску продукції (робіт, послуг) на тому або іншому робочому місці є недоцільним для підприємства;

- збільшення випуску продукції може призвести до браку або зниження її якості.

Тарифна система (Tariff system) являє собою основу для диференціації заробітної плати відповідно по кваліфікації, умовам і шкідливості праці, а також у районному, міжгалузевому, галузевому і внутрішньозаводському розрізах. Вона містить у собі нормативні документи, що характеризують якісні особливості різної конкретної праці, дозволяє зіставляти між собою всі

різноманітні види праці, враховувати їхню складність, умови виконання і народногосподарське значення, відбивати якість праці в заробітній платі.

У тарифній системі відображені питання поділу праці робітників по професіях, фахам і кваліфікації.

Тарифно-кваліфікаційні довідники - це нормативні документи, у яких усі види робіт, що виконуються в тому або іншому виробництві, діляться на групи в залежності від їхньої складності.

Тарифна ставка - абсолютний розмір оплати праці різних груп і категорій робітників за одиницю часу. Вона встановлюється урядом по кожній галузі окремо, як правило, для робітників, праця яких по складності відноситься до першого розряду. Ставка першого розряду визначається згідно з встановленим державою розміром мінімальної заробітної плати і визначає рівень заробітної плати некваліфікованого робітника. Тарифні ставки інших (наступних) розрядів розраховуються множенням тарифної ставки першого розряду на відповідний тарифний коефіцієнт.

Оплата праці керівників і службовців здійснюється відповідно до посадових окладів. Розподіл працівників по посадах здійснюється за допомогою Єдиної номенклатури (переліку) посад і Кваліфікаційного довідника посад керівників і службовців. У довіднику відображені кваліфікаційні характеристики по кожній посаді, які складаються з трьох розділів: посадові обов'язки, професійні знання, кваліфікаційні вимоги. Схема посадових окладів являє собою перелік посад на підприємствах відповідних галузей промисловості з вказівкою місячного посадового окладу або коефіцієнта.

Кваліфікаційний рівень визначається діленням заробітної плати окремих працівників на сформований на підприємстві мінімальний рівень оплати праці. При віднесенні робочого або фахівця до тієї або іншої кваліфікаційної групи приймається в увагу не тільки кваліфікаційний рівень, розрахований на основі заробітної плати, але і відповідність працівника професійним вимогам, а також конкретні посадові обов'язки. Виконання робіт більш високої кваліфікаційної групи може служити підставою для переведення конкретного працівника в цю групу і присвоєння йому відповідного кваліфікаційного рівня.

Цей метод розрахунку фонду оплати праці простий, зрозумілий робочим, позитивно ними сприймається. Він припускає пряме ув'язування трудового внеску працівників з оплатою і просуванням по службовим східцям.

Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення трудових ресурсів.
2. Дайте визначення персоналу підприємства.
3. Охарактеризуйте види персоналу підприємства за характером виконуваних функцій.
4. Дайте характеристику явочній і обліковій чисельності.
5. Показники, що характеризують ефективність використання персоналу підприємства.
6. Охарактеризуйте форми оплати праці на підприємстві.
7. Різновиди відрядної оплати праці.

Тема 10. Фінансові ресурси підприємства

10.1. Поняття фінансових ресурсів, джерела їх утворення та напрямки використання..

10.2. Загальна характеристика капіталу підприємства.

Рекомендована література:[1], [2], [5], [7], [8], [9], [13], [17], [19], [23], [26], [31], [45]

Основні поняття: фінансові ресурси, фінанси, капітал, власний капітал, позиковий капітал, основний капітал, оборотний капітал

10.1. Поняття фінансових ресурсів, джерела їх утворення і види

Для ефективного здійснення господарської діяльності в умовах товарного виробництва і ринкових відносин кожне підприємство повинне мати в своєму розпорядженні відповідні фінансові кошти. Слід розрізняти такі економічні категорії як гроші, фінанси і фінансові ресурси.

Гроші утворюють матеріальну основу функціонування фінансів. Вони виступають як вимірник кінцевих результатів господарської діяльності.

Фінанси підприємства - це економічні відносини, пов'язані з освітою, розподілом і використанням грошових доходів і фондів грошових коштів.

Фінансові ресурси - це грошові кошти, що знаходяться у розпорядженні підприємства і використовуються на фінансування всіх видів діяльності.

Вони утворюються з фондів грошових коштів, які залишаються у підприємств після відшкодування всіх витрат, пов'язаних із здійсненням поточної діяльності, кредитних ресурсів, резервів грошових коштів.

10.2. Загальна характеристика капіталу підприємства

Капітал також можна розглядати як частину фінансових ресурсів підприємства, які використовуються в обороті для отримання економічної вигоди (прибутку). Капітал підприємства характеризується як:

- основний чинник виробництва, оскільки може «зв'язувати» між собою інші виробничі фактори;
- фінансовий ресурс, який може виступати ізольовано від виробничих чинників у формі інвестицій;
- основний вимірник ринкової вартості підприємства (насамперед, власний капітал підприємства);
- головне джерело формування добробуту власників підприємства;
- найважливіший показник ефективності господарської діяльності підприємства

Капітал (Capital) - це головна сума коштів, необхідна для започаткування та здійснення виробництва (діяльності). Власник капіталу,

купуючи на ринку товари - робочу силу й засоби виробництва, - поєднує їх у процесі праці й після реалізації створеної продукції (наданих послуг) одержує більшу вартість, ніж була ним авансована.

Авансований капітал (*A capital is advanced*) - це грошова сума, яка вкладається власником у певне підприємство (підприємницьку діяльність) з метою одержання зиску (прибутку). Він витрачається на придбання засобів виробництва і наймання робочої сили. Ці дві різноспрямовані частини авансованих грошових коштів у економічній теорії заведено називати відповідно *постійним* і *змінним* капіталом.

У свою чергу, постійний капітал з урахуванням цілеспрямованого використання й характеру кругообігу розділяється на основний та оборотний.

Основний капітал (*Fixed assets*) - це частина постійного капіталу, яка складається з вартості засобів праці (будівель, споруд, машин, устаткування) та обертається протягом кількох періодів виробництва. Вона переносить свою вартість на готовий продукт частинами.

Вартість основного капіталу відшкодовується виробнику по мірі реалізації готових товарів (продукції, послуг).

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

За джерелами формування капітал підприємства ділиться на власний і позиковий.

Власний капітал (*Property asset*) створюється переважно за рахунок нерозподіленого прибутку, тобто валового прибутку за вирахуванням сплачених податків, відсотків за кредит і дивідендів. Він звичайно включає статутний, пайовий та резервний фонди.

До власного капіталу підприємства належать:

- статутний фонд - це майно підприємства, створене за рахунок внесків засновників для початку здійснення господарської діяльності; розмір статутного капіталу регулюється чинним законодавством;

- резервний фонд - зарезервована частина власного капіталу підприємства, призначеного для внутрішнього страхування його господарської діяльності; розмір резервного фонду визначається установчими документами, а формування здійснюється за рахунок прибутку підприємства;

- спеціальні (цільові) фонди - цілеспрямовано сформовані фонди власних фінансових засобів для майбутніх цільових витрат (амортизаційний фонд, ремонтний фонд, фонд охорони праці, фонд спеціальних програм, фонд розвитку виробництва та ін.);

- нерозподілений прибуток - це частина одержаного в попередньому періоді прибутку підприємства, яка не спожита власниками і персоналом та призначена для реінвестування у розвиток виробництва;

- інші форми власного капіталу - до яких належать надходження від здачі майна в оренду, розрахунки з учасниками щодо виплати їм дивідендів, безоплатні надходження та урядові субсидії тощо.

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

Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення таким поняттям: «фінанси», «гроші», «фінансові ресурси».
2. Основні характеристики капіталу підприємства.
3. Дайте характеристику основному і оборотному капіталу.
4. Власний капітал підприємства та його основні складові.
5. Розкрийте сутність позикового капіталу підприємства.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Тема 11. Оптимізація поточних витрат підприємства

- 11.1. Поняття собівартості. Класифікація витрат і структура собівартості.
- 11.2. Основні методи розрахунку собівартості.
- 11.3. Показники аналізу витрат виробництва та чинники, що їх обумовлюють.

Рекомендована література:[1], [2], [5], [7], [8], [9], [13], [17], [19], [23], [26], [31], [45]

Основні поняття: собівартість, прямі витрати, непрямі витрати, постійні витрати, змінні витрати, калькуляція собівартості, повна собівартість, виробнича собівартість

11.1. Поняття собівартості. Класифікація витрат і структура собівартості

Собівартість як економічна категорія властива товарно-грошовим відносинам і виникла тоді, коли всі витрати виробництва стали набирати вартісної форми, тобто коли виникла необхідність підрахувати витрати на виробництво товару і прибуток або збиток від його реалізації.

Собівартість продукції (Unit cost) - це грошове вираження витрат на виробництво та реалізацію продукції.

При обчисленні собівартості продукції важливе значення має визначення складу витрат, що входять до неї. Як відомо, витрати підприємства відшкодовуються за рахунок двох власних джерел:

- собівартості (валових витрат);
- прибутку.

Відповідно до цього у собівартість продукції включаються витрати на такі цілі:

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

За способами віднесення на собівартість витрати поділяються на прямі та побічні.

Прямі витрати безпосередньо пов'язані з виготовленням певного різновиду продукції, їх можна обчислити на одиницю продукції безпосередньо.

Побічними є витрати, величину яких не можна безпосередньо обчислити на одиницю продукції, бо вони пов'язані з визначенням різних витрат (заробітна плата обслуговуючого та управлінського персоналу, утримання та експлуатація будівель, споруд тощо).

За принципом залежності витрат від обсягів виробництва витрати поділяються на постійні та змінні.

Постійні витрати є функцією часу, а не обсягу продукції, їх загальна сума не залежить від кількості виготовленої продукції в певних межах.

Змінними називаються витрати, загальна сума яких за певний час залежить від обсягу виготовленої продукції. Вони поділяються на пропорційні та непропорційні.

Пропорційні, на відміну від непропорційних — це витрати, розмір яких перебуває в пропорційній залежності від обсягів виробництва (кількості виготовленої продукції).

Непропорційні витрати, в свою чергу, поділяються на прогресуючі та дегресуючі.

Прогресуючі зростають більше, ніж обсяг виробництва. Вони виникають тоді, коли збільшення обсягу виробництва вимагає більших витрат на одиницю продукції. Це, наприклад, витрати на відрядно-прогресивну оплату праці, додаткові рекламні та торгові витрати.

Дегресуючі витрати зростають менше, ніж обсяг виробництва. До них належить широке коло витрат на експлуатацію машин та устаткування, його ремонт, придбання інструменту тощо.

11.2. Основні методи розрахунку собівартості

Показаний метод застосовується найчастіше в індивідуальному і дрібносерійному виробництві, а також для калькулювання собівартості робіт ремонтного й експериментального характеру. Метод цей полягає в тому, що витрати на виробництво враховуються по замовленням на виріб чи на групу виробів. Фактична собівартість замовлення визначається по закінченні виготовлення виробів чи робіт, що відносяться до цього замовлення, шляхом підсумовування усіх витрат по даному замовленню. Для начислення собівартості одиниці продукції загальна сума витрат за замовленням поділяється на кількість випущених виробів.

Попередільний метод калькулювання собівартості знаходить застосування в масовому виробництві з коротким, але закінченим технологічним циклом. Продукція, що випускається підприємством, однорідна по вихідному матеріалу і характеру обробки. Облік витрат при цьому методі здійснюється по стадіях (фазам) виробничого процесу.

Нормативний метод обліку і калькулювання є найбільш прогресивним, тому що дозволяє вести повсякденний контроль за ходом виробничого процесу,

за виконанням завдань по зниженню собівартості продукції. В цьому випадку витрати на виробництво підрозділяються на дві частини: витрати в межах норм і відхилення від норм витрат. Все витрати в межах норм враховуються без групування, по окремим замовленням. Відхилення від встановлених норм враховуються по їх причинам и винуватцям, що дає можливість оперативно аналізувати причини відхилень. При цьому фактична собівартість виробу при нормативному методі обліку визначається шляхом сумування витрат по нормам і витрат в результаті відхилень і змін поточних нормативів.

При використанні кожного з перерахованих методів контроль за рівнем витрат найбільш ефективно здійснювати по місцям їх виникнення, центрам витрат, центрам відповідальності.

11.3. Шляхи зниження собівартості продукції

Обсяг виробництва при незмінній вартості матеріальних і трудових ресурсів збільшується тільки в результаті зниження собівартості.

Розробка плану організаційно-технічних заходів щодо використання внутрівиробничих резервів ґрунтується на результатах аналізу їхніх джерел і факторів, що впливають на техніко-економічні показники. До найбільш важливих джерел резервів варто віднести зниження матеріальних витрат і підвищення продуктивності праці.

З усього різноманіття факторів, що впливають на техніко-економічні показники, до укрупнених груп можна віднести:

- підвищення технічного рівня виробництва;
- поліпшення організації виробництва.

Зниження матеріалоємності, чи матеріальних витрат — одне з найважливіших джерел розвитку економіки.

Продуктивність праці, тобто його результативність і ефективність, виміряється трудомісткістю (часом, витраченим на виробництво одиниці продукції) і виробленням (кількістю продукції, зробленої за визначений проміжок часу). У результаті зниження трудомісткості економія досягається за рахунок зменшення витрат на оплату праці з обліком додаткової заробітної плати і відрахувань на соціальне страхування в розрахунку на одиницю продукції, скоректованих на новий обсяг виробництва.

Фактори, що впливають на техніко-економічні показники, можна об'єднати в наступні укрупнені групи.

Підвищення технічного рівня - процес удосконалення технічної бази, ріст рівня якої досягається в результаті:

- удосконалювання засобів праці (упровадження прогресивної техніки, підвищення частки удосконаленого устаткування), предметів праці (застосування прогресивних видів сировини, матеріалів, енергоносіїв);
- раціонального використання сировини, матеріалів;
- механізації й автоматизації виробничих процесів.

Використання більш продуктивного устаткування дозволяє заощаджувати заробітну плату (жива праця) при збільшенні амортизаційних відрахувань (минулого праці). «Підвищення продуктивності праці полягає саме в тім, що

частка живої праці зменшується, а частка минулої праці збільшується, але збільшується так, що загальна сума праці, що полягає в товарі, зменшується, і, отже, кількість живої праці зменшується більше, ніж збільшується кількість минулої праці».

Удосконалювання організації виробництва і праці. Ця група факторів впливає на зниження собівартості в результаті спеціалізації виробництва, удосконалювання організації праці й управління виробництвом, поліпшення матеріально-технічного постачання і побуту, ефективного використання часу робочих, скорочення зайвих витрат.

Ріст обсягу виробництва дозволяє скоротити умовно-постійні витрати.

Собівартість знижується за рахунок скорочення поточних витрат виробництва на одиницю продукції до і після проведення організаційно-технічних заходів.

Питання для самоконтролю:

1. Що являє собою собівартість продукції?
2. Дайте характеристику прямих і непрямих витрат.
3. Дайте характеристику постійних і змінних витрат.
4. Основні методи розрахунку собівартості.
5. Назвіть основні шляхи зниження поточних витрат підприємства.

Тема 12. Джерела формування і напрями використання доходів і прибутку підприємства

- 12.1. Поняття доходу підприємства, джерела формування і механізм розподілу.
- 12.2. Прибуток: суть, функції, види і чинники, що впливають на її величину.
- 12.3. Розподіл і використання прибутку.
- 12.4. Показники рентабельності.

Рекомендована література:[1], [2], [5], [7], [8], [9], [13], [17], [19], [23], [26], [31], [45]

Основні поняття: дохід, валовий дохід, операційна діяльність, прибуток, функції прибутку, розподіл прибутку, показники рентабельності

12.1. Поняття доходу підприємства, джерела формування і механізм розподілу

Основним принципом комерційного розрахунку є самоокупність і самофінансування підприємств. А це перш за все вимагає отримання доходів і перевищення їх над витратами. Тому доходи підприємства служать фінансовою базою комерційного розрахунку, є джерелом простого і розширеного відтворення підприємства.

Показник “дохід” має не однозначний зміст. Часто цим поняттям позначають загальну виручку від реалізації продукції, виконання робіт і надання послуг або суму грошових надходжень підприємства. Іноді дохід ототожнюють і з прибутком. Але це крайні тлумачення доходу.

Валовий дохід - загальна сума доходу від всіх видів діяльності підприємства, отримана протягом звітного періоду в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах.

Перш ніж продовжувати далі, відзначимо категорії (згідно Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 3 «звіт про фінансові результати»), якими оперуватимемо:

Операційна діяльність - основна діяльність підприємства, а також інші види діяльності, які не є інвестиційною або фінансовою діяльністю.

Основна діяльність - операції, що пов'язані з виробництвом і реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), є головною метою створення підприємства і забезпечують основну частку його доходу.

Звичайна діяльність - будь-яка основна діяльність підприємства, а також операції, що її забезпечують або виникають унаслідок її проведення.

Надзвичайна діяльність - подія або операція, яка відрізняється від звичайної діяльності підприємства, і не очікується, що вона повторюватиметься періодично або в кожному наступному звітному періоді.

Валовий дохід включає:

1. Доходи від реалізації продукції, виконання робіт і надання послуг (Др).

2. Інші операційні доходи (До)
3. Дохід від участі в капіталі (Дк)
4. Інші фінансові доходи (Дф)
5. Інші доходи (Дд).

$$ВД = Др + До + Дк + Дф + Дд$$

Дохід від реалізації продукції (робіт, послуг)

у промисловості є виручкою від реалізації продукції, виконання робіт, надання послуг;

у торгівлі - як різниця між товарообігом по цінах реалізації і товарообігом по цінах закупівлі (купівельною вартістю товарів). А це не що інше як торгова надбавка. Тому основним джерелом утворення валового доходу торгових підприємств є торгові надбавки.

$$Др = Т - Тс$$

де Тс - товарообіг за собівартістю, тобто оборот за купівельною вартістю товарів з урахуванням витрат на їх транспортування.

Іншими операційними доходами є інші доходи від операційної діяльності, окрім доходу (виручки від реалізації продукції, і включають:

- ◆ дохід від операційної оренди активів;
- ◆ дохід від операційних курсових різниць;
- ◆ відшкодування раніше списаних активів;
- ◆ дохід від реалізації оборотних активів (окрім фінансових інвестицій) і ін.

Дохід від участі в капіталі – це дохід, отриманий від інвестицій в асоційовані, дочірні або сумісні підприємства, облік яких ведеться методом участі в капіталі.

Відзначимо, *метод участі в капіталі* – це метод обліку інвестицій, згідно якому балансова вартість інвестицій відповідно збільшується або зменшується на суму збільшення або зменшення частки інвестора у власному капіталі об'єкту інвестування.

Інші фінансові доходи - дивіденди, відсотки і інші доходи, отримані від фінансових інвестицій (окрім доходів, які враховуються по методу участі в капіталі) (доходи від володіння борговими зобов'язаннями /відсотки/, доходи від торгівлі цінними паперами, валютними цінностями (позитивні курсові різниці по валютних рахунках і операціях в іноземній валюті)).

Інші доходи включають:

- ◆ дохід від реалізації фінансових інвестицій, необоротних активів і майнових комплексів;
- ◆ дохід від неопераційних курсових різниць;
- ◆ інші доходи, які виникають в процесі звичайної діяльності, але не пов'язані з операційною діяльністю підприємства (платежі будь-якого вигляду, отримані у вигляді винагород (компенсацій) за використання або надання дозволу на використання прав інтелектуальної і промислової власності (роялті); доходи від кредитних операцій; доходи від посередницьких операцій; суми часткового відшкодування збитку, заподіяного підприємству; прибуток минулих років, виявлений в звітному

році (наприклад, суми, що поступили від постачальників по перерахунках за послуги і матеріальні цінності, отримані і витрачені минулого року; суми, отримані від покупців, замовників по перерахунках за реалізовану минулого року продукцію і ін.); отримані економічні санкції).

Механізм розподілу валових доходів визначається вживаною системою оподаткування підприємств. Господарська практика знає два методи оподаткування результатів господарської діяльності підприємства: оподаткування доходів і оподаткування прибутку.

Конкретні пропорції розподілу валового доходу мають велике значення для економічного регулювання господарської діяльності підприємства, оскільки від абсолютних розмірів і співвідношення різних фондів і відрахувань залежать фінансові можливості і економічні інтереси підприємств.

На розмір валового доходу роблять вплив наступні чинники:

не залежні від діяльності підприємства: порушення договорів постачальниками матеріально-технічних ресурсів, недоліки в роботі транспорту, невчасна оплата продукції через відсутність у покупця засобів.

залежні від діяльності підприємства: дотримання фінансової дисципліни, стан і ефективність використання основних фондів, діяльність підприємства на ринку цінних паперів і др.- це загальні.

крім того, *у сфері виробництва:* об'єм виробництва, якість продукції, її асортимент, ритмічність випуску і др.;

у сфері звернення: ритмічність відвантаження, своєчасне оформлення транспортних і розрахункових документів, терміни документообігу, дотримання умов договору, оптимальні форми розрахунків, рівень цін, терміни реалізації продукції;

Від величини валового доходу залежать стійкість фінансового положення підприємства, стан його оборотних коштів, розмір прибутку, своєчасність розрахунків з бюджетом, позабюджетними фондами, банком, постачальниками, робочими і службовцями підприємства.

12.2. Прибуток: суть, функції, види і чинники, що впливають на її величину

По економічному змісту прибуток відображає чистий дохід, створений у сфері матеріального виробництва в процесі підприємницької діяльності.

У ринковій економіці прибуток виступає як

- економічна категорія
- оцінний результативний показник
- цільовий орієнтир
- джерело формування бюджетів різних рівнів
- джерело формування цільових фондів підприємства.

Як **економічна категорія** прибуток відображає сукупність відносин суб'єктів господарювання, що беруть участь у формуванні і розподілі національного доходу.

Прибуток як найважливіша економічна категорія ринкових відносин виконує ряд функцій:

– **Оціночна.** Прибуток є критерієм і показником ефективності діяльності підприємства. Іншими словами, сам факт прибутковості уже свідчить про ефективну діяльність підприємств. Однак підприємству потрібен не взагалі прибуток, а конкретний його розмір для задоволення потреб усіх зацікавлених осіб: власника підприємства, працівників і кредиторів підприємства.

– **Стимулююча.** Виступаючи кінцевим фінансово-економічним результатом діяльності підприємств, прибуток відіграє ключову роль у ринковому господарстві. За ним закріплюється статус цілі, що визначає економічну поведінку господарюючих суб'єктів, благополуччя яких залежить від розміру та від прийнятого в національній економіці алгоритму розподілу прибутку, включаючи його оподаткування.

– **Відтворювальна.** Прибуток у ринковій економіці – основне джерело приросту власного капіталу, розширеного відтворення основних і оборотних фондів підприємства, оскільки рішення про дивідендну та інвестиційну політику приймається тільки з орієнтацією на розмір прибутку, який залишається у підприємства після оподаткування.

– **Розподільча.** Прибуток є джерелом формування бюджетів різних рівнів. Він надходить до бюджетів у вигляді податків, а також економічних санкцій та використовується на різні цілі, визначені видатковою частиною бюджету і затверджені в законодавчому порядку.

Як **оцінний результативний показник прибуток** характеризує ефективність використання ресурсів. У ній узагальнюється стан доходів, витрат підприємства, продуктивності праці і його ефективності, і ін. якісних показників, по відношенню до яких прибуток виступає синтетичним показником.

У ринковій економіці прибуток виступає **цільовим орієнтиром** підприємницької діяльності, оскільки є фінансовою основою її подальшого розвитку. У цьому сенсі прибуток одночасно є метою і умовою підприємницької діяльності.

Залежно від положення підприємства на ринку, наявності ресурсів, тривалості періоду основна мета може бути конкретизована. У довгостроковому періоді це буде досягнення максимального прибутку при певних обсягах діяльності, а на всі періоди - забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Максимальний прибуток можливий лише при поетапному досягненні певних необхідних розмірів прибутку. Необхідний розмір прибутку визначається потребами підприємства в розвитку, задоволенні економічних інтересів власників, колективу і суспільства.

У економічній теорії існують різні підходи до питання про джерела прибутку. Соціалістична теорія прибутку бачить джерело прибутку в праці. Ринкова теорія таким джерелом вважає всі чинники виробництва - працю, капітал, природні ресурси. Дохід, що отримується від використання чинників виробництва, називається економічною рентою. Прибутком є різновид економічної ренти, що виникає тоді, коли чинники виробництва використовуються в підприємницькій діяльності. Підприємці знаходять прибуток шляхом виявлення якнайкращих способів використання чинників виробництва. Товари і послуги, що створюються за допомогою цих чинників, володіють більшою вартістю ніж продукція конкурентів. Таким чином, пошук прибутку означає знаходження шляхів створення нової вартості.

Як свідчить світова практика, в умовах ринкових відносин є три основні джерела отримання прибутку:

1. Отримання прибутку можливо за рахунок монопольного положення підприємства по випуску тієї або іншої продукції або унікального продукту.

2. Отримання прибутку безпосередньо пов'язане з виробничою і підприємницькою діяльністю підприємства, тобто залежить

а) від правильності вибору виробничої спрямованості підприємства по випуску продукції (вибір продуктів, що мають стабільний і високий попит);

б) від створення конкурентоздатних умов продажу своїх товарів і надання послуг (ціна, терміни постачань, обслуговування покупців, післяпродажне обслуговування і так далі);

в) від об'єму виробництва (чим більше об'єм виробництва, тим більше маса прибутку);

г) від структури зниження витрат підприємства.

3. Отримання прибутку виникає з інноваційної діяльності підприємства. Використання цього джерела припускає постійне оновлення продукції, що випускається.

Зміст прибутку розкривається через її показники. Прибуток вимірюється сумою і рівнем. Сума прибутку - це абсолютний показник характеризує перевищення доходів підприємства над його витратами. У загальному вигляді формула розрахунку прибутку має вигляд:

$$\Pi = \text{ВД без пдв} - \text{ВЗ}.$$

Рівень рентабельності - відносний показник ефективності роботи підприємства, що характеризує суму прибутку на одиницю вартості капіталу або реалізації продукції, виражається у відсотках

В залежності від формування розрізняють наступні види прибутку.

1. Валовий (балансовий) прибуток – розраховується як різниця між чистим доходом від реалізації продукції і собівартістю реалізованої продукції. Валовий прибуток може бути зменшений на величину супутніх платежів:

- податок на майно та землю;
- податок з власників транспортних засобів;
- утримання дошкільних закладів.

2. Операційний прибуток – це балансовий прибуток, скоригований на різницю інших операційних доходів та операційних витрат. Інші операційні доходи відображають суми від операційної діяльності підприємств, крім доходу (виручки) від реалізації продукції, а саме:

- дохід від оренди майна;
- дохід від операційних курсових різниць;
- доходи від реалізації оборотних активів (крім фінансових інвестицій);
- відшкодування раніше списаних активів.

Операційні витрати включають:

– адміністративні витрати (загальногосподарські витрати, пов'язанні з управлінням та обслуговуванням підприємства);

– витрати на збут (витрати на утримання підрозділів, що займають збутом продукції, на рекламу, пакування, доставку продукції споживачам тощо);

– інші операційні витрати (собівартість реалізованих виробничих запасів, сумнівні борги та витрати від знецінення запасів, втрати від операційних курсових різниць, економічні санкції, відрахування на забезпечення таких операційних витрат, а також усі інші витрати, що виникають у процесі операційної діяльності підприємства, крім витрат, що включаються до собівартості реалізованої продукції).

3. Прибуток від звичайної діяльності – це операційний прибуток, скоригований на величину фінансових та інших доходів і фінансових та інших витрат.

До фінансових та інших доходів належать:

- дохід від інвестицій в інші підприємства;
- дивіденди;
- відсотки та інші доходи від фінансових інвестицій;
- дохід від не операційних курсових різниць та ін.

До фінансових та інших витрат належать:

- сплата відсотків на позиковий капітал;
- втрати від уцінки фінансових інвестицій та необоротних активів;
- інші втрати і витрати, не пов'язані з операційною діяльністю.

Саме цей скоригований прибуток є об'єктом оподаткування (оподатковуваним прибутком).

В особливих випадках прибуток від звичайної діяльності після оподаткування коригується на суму оподаткованого надзвичайного прибутку, який може мати місце внаслідок надзвичайної події (стихійні лиха, пожежі, техногенні аварії тощо або такі події, які не повторюватимуться періодично або в кожному наступному періоді).

4. Чистий прибуток – це прибуток, що надходить у розпорядження підприємства після сплати податку на прибуток.

Чистий прибуток підприємства використовується у двох напрямках:

– фонд нагромадження (реінвестований прибуток) – створення резервного фонду, фонду розвитку виробництва, інвестиційної потреби.

– фонд споживання – виплати власниками, акціонерам, матеріальні заохочення персоналу за результатами роботи, вирішення соціальних проблем.

Для оцінки величини прибутку в залежності від виконуваних ним функцій слід розглянути різні його види відповідно до класифікаційних ознак.

Існує наступна **класифікація** видів прибутку підприємства:

1. Залежно від виду діяльності, виділяють:

- прибуток від цільової діяльності – це прибуток, отриманий в результаті реалізації товарів (надання платних послуг);
- прибуток від інших видів діяльності – це прибуток від невиробничої діяльності, тобто транспортної, посередницької тощо;
- прибуток від реалізації майна – це прибуток від продажу основних фондів, нематеріальних активів;
- прибуток від позареалізаційних операцій – це прибуток від інвестиційної діяльності, надання майна в оренду, пайової участі в інших підприємствах тощо.

2. Залежно від порядку визначення розрізняють:

- балансовий прибуток – це прибуток, який характеризує кінцевий результат проведення всіх видів діяльності. Обсяг балансового прибутку визначається за даними бухгалтерського обліку;
- оподатковуваний прибуток – це обсяг прибутку, який визначається як різниця між валовими доходами та валовими витратами підприємства-платника податку на прибуток;
- чистий прибуток – це прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства після сплати податку на прибуток та інших податків, обов'язкових платежів і зборів, сплачених за рахунок прибутку.

3. Залежно від методики оцінки виділяють:

- номінальний прибуток – це фактично отримана величина прибутку;
- реальний прибуток – це номінальний прибуток, перерахований з огляду на інфляцію.

4. Залежно від мети визначення розрізняють:

- бухгалтерський прибуток – це прибуток, який відповідає балансовому;
- економічний прибуток – це прибуток, який є різницею між виручкою від реалізації та всіма витратами підприємства, в тому числі витратами втрачених можливостей.

Витратами втрачених можливостей прийнято вважати витрати на споживання будь-якого ресурсу, визначені з точки зору використання його не найкращим альтернативним способом.

5. Залежно від розмірів підприємства розрізняють:

- мінімальний прибуток – це прибуток, розмір якого після сплати податків задовольняє власників підприємства відповідно до встановленого мінімального рівня рентабельності на вкладений капітал, тобто кількісно

мінімальний рівень рентабельності відповідає рівню середньої потенційної ставки банків по депозитах;

– цільовий прибуток – це прибуток, який визначає цільову функцію діяльності підприємства і залежить від обраної стратегії.

Він може бути нормальним, тобто відповідати нормі прибутку на вкладений капітал чи необхідним, тобто відповідати потребам підприємства в коштах на виробничий і соціальний розвиток;

– максимальний прибуток – це прибуток, який підприємство отримує при такому обсязі діяльності, коли граничні доходи дорівнюють граничним витратам, тобто граничні доходи і витрати ростуть відповідно до зростання обсягів виробництва.

Для підвищення ефективності роботи підприємств першорядне значення має виявлення резервів збільшення об'ємів виробництва і реалізації, зниження собівартості продукції (робіт, послуг), зростання прибутку.

Для визначення основних напрямів пошуку резервів збільшення прибутку чинники, що впливають на її отримання класифікуються по різних ознаках (рис.11.3).

Зовнішні чинники не залежать від діяльності підприємства, але можуть робити значний вплив на величину прибутку (до них відносяться природні умови, державне регулювання цін, тарифів, відсотків, податкових ставок і пільг, штрафних санкцій і ін.).

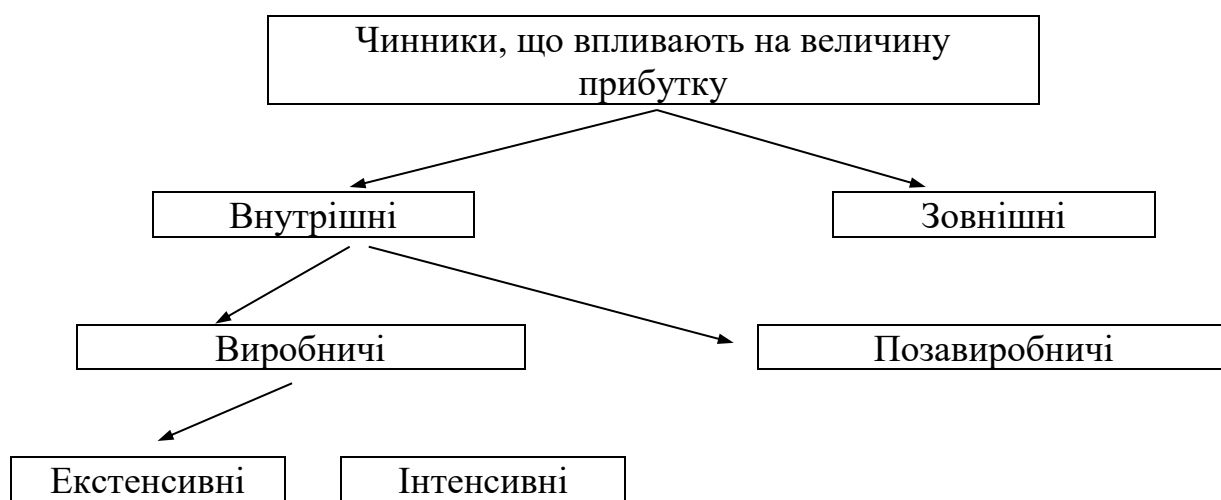


Рисунок 12.2 - Класифікація чинників, що впливають на величину прибутку

Внутрішні чинники залежать від діяльності підприємства. Вони діляться на виробничих і позавиробничих. **Виробничі** чинники характеризують наявність і використання засобів і предметів праці, трудових і фінансових ресурсів і, у свою чергу, можуть підрозділятися на екстенсивних і інтенсивних.

Екстенсивні чинники впливають на процес отримання прибутку через кількісні зміни: об'єму засобів і предметів праці, фінансових ресурсів, часу роботи устаткування, чисельності персоналу, фонду робочого часу і ін.

Інтенсивні чинники впливають на процес отримання прибутку через “якісні” зміни: підвищення продуктивності устаткування і його якості, використання прогресивних видів матеріалів і вдосконалення технології їх обробки, прискорення оборотності оборотних коштів, підвищення кваліфікації і продуктивності праці персоналу, зниження трудомісткості і матеріаломісткості продукції, вдосконалення організації праці і ефективніше використання фінансових ресурсів і ін.

До позавиробничих чинників відносяться, наприклад, постачальницько-збутова і природоохоронна діяльність, соціальні умови праці і побуту і ін.

При здійсненні фінансово-господарської діяльності підприємства всі ці чинники знаходяться в тісному взаємозв'язку і взаємозалежності.

12.3. Розподіл і використання прибутку

Розподіл і використання прибутку є важливим господарським процесом, який забезпечує покриття потреб організації та формування доходів України. Механізм розподілу прибутку має бути побудований таким чином, щоб сприяти підвищенню ефективності виробництва, стимулювати розвиток нових форм господарювання. Однією з найважливіших проблем розподілу прибутку є оптимальне співвідношення частки прибутку, що акумулюється в доходах бюджету і тієї, що залишається в розпорядженні господарюючих суб'єктів.

Етапи розподілу прибутку наступні:.

1. Відносини підприємств і держави з приводу прибутку будуються на основі оподаткування прибутку.

2. Далі прибуток розподіляється між власниками (акціонерами і засновниками) і самим підприємством. Цей розподіл залежить від багатьох чинників. У період технічного переозброєння і модернізації виробництва, освоєння нових видів продукції і нових технологій підприємство має потребу у фінансових ресурсах, а надати їх повинні в першу чергу власники, при цьому отримання своїх дивідендів можливо після виходу виробництва на проектну потужність, коли підприємство почне отримувати прибуток у достатньому розмірі.

3. На підприємстві розподілу підлягає прибуток після сплати податків і виплати дивідендів. З цього прибутку також сплачуються деякі податки в місцеві бюджети і стягуються економічні санкції. Розподіл цієї частини прибутку відображує процес формування фондів і резервів підприємства для фінансування потреб виробничого і соціального розвитку. В умовах ринкового господарства держава не втручається в процес розподілу прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства після сплати податків, який може спрямовуватися на будівництво житла, благодійні цілі, фінансування природоохоронних заходів, на утримання об'єктів і закладів соціальної сфери, на проведення науково-дослідних робіт. Законодавчо встановлений мінімальний розмір резервного капіталу для акціонерних

товариств регулює порядок створення резерву щодо сумнівних боргів і від знецінення цінних паперів.

4. Розподіл прибутку, який залишається в розпорядженні підприємства, регламентується внутрішніми його документами.

До витрат, пов'язаних з розвитком виробництва, які фінансуються з прибутку, відносяться витрати на науково-дослідні, проектні, технологічні роботи, на фінансування розробок та освоєння нової продукції і технологічних процесів, витрати на вдосконалювання технології та організації виробництва, модернізації устаткування, витрати, пов'язані з технічним переозброєнням і розширенням підприємства, новим будівництвом об'єктів, з проведенням природоохоронних заходів. До цієї ж групи витрат відносяться витрати на погашення довгострокових кредитів банків і відсотків, які з ними пов'язані. Накопичений прибуток може бути спрямований підприємством у статутні фонди інших підприємств, довгострокові і короткострокові фінансові вкладення, перераховуватися вищим організаціям, спілкам, концернам, асоціаціям та ін. Ці напрямки також вважаються використанням прибутку на розвиток.

5. Розподіл прибутку на соціальні потреби складається з експлуатації соціально-побутових об'єктів, що знаходяться на балансі підприємства, фінансування будівництва об'єктів невиробничого призначення, проведення оздоровчих і культурно-масових заходів і т. ін.

До витрат на матеріальне заохочення відносяться:

- виплати премій за досягнення в роботі;
- одноразова допомога ветеранам, пенсіонерам.

Увесь прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства, розподіляється на прибуток, що бере участь у процесі нагромадження, і прибуток, що спрямовується на споживання. Якщо прибуток не витрачається на споживання, то він залишається на підприємстві як нерозподілений прибуток минулих років і збільшує розмір власного капіталу підприємства. Наявність нерозподіленого прибутку збільшує фінансову стійкість підприємства, свідчить про існування джерел для наступного розвитку.

12.4. Показники рентабельності

Підприємство, що здійснює виробничо-господарську діяльність, зацікавлене не тільки в найбільшій масі прибутку, але і в ефективності використання вкладених у виробництво засобів.

Отже, прибуток показує абсолютний ефект діяльності без урахування використання при цьому ресурсів.

Рентабельність - це відносний узагальнюючий показник економічної ефективності роботи підприємства, оскільки ця ефективність залежить від виконання всіх якісних і кількісних показників діяльності підприємства. У загальній формі рентабельність розраховується як відношення прибутку до витрат.

Показники рентабельності підрозділяються на дві групи:

- рентабельність продукції (продажів)
- рентабельність вкладень в підприємства (рентабельність капіталу).

Разом узяті вони дають можливість оцінити ефективність діяльності підприємства.

РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ (ПРОДАЖІВ)

Цю рентабельність можна розраховувати по всій реалізованій продукції і по окремих її видах.

У разі визначення рентабельності всієї реалізованої продукції її розраховують

у промисловості

1) як відношення прибутку від реалізації (Пр) продукції до витрат (ЗП) на її виробництво і реалізацію

$$R_{\text{пр}} = \frac{\text{Пр}}{\text{ЗП}} \cdot 100$$

2) як відношення прибутку від реалізації товарною до чистої виручки від реалізації продукції (Вр)

$$R_{\text{ком}} = \frac{\text{Пр}}{\text{Вр}} \cdot 100$$

У торгівлі

3) як відношення прибутку до товарообігу (Т)

$$R = \frac{\text{П}}{\text{Т}} \cdot 100$$

При визначенні рівня рентабельності

у роздрібній торгівлі в розрахунок приймається вся сума товарообігу в роздрібних цінах

у громадському харчуванні - весь валовий оборот громадського харчування по продажних цінах

у оптовій торгівлі - оптовий оборот з участю в розрахунках по роздрібних цінах

у плодоовочевій торгівлі - об'єм обороту в тонах.

У разі визначення рентабельності окремих видів продукції, вона залежить від ціни, по якій продукція реалізується споживачеві, і собівартості по даному її вигляду. У торгівлі цей показник не розраховується у зв'язку з трудностю визначення витратоємності товару.

РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ВКЛАДЕНЬ В ПІДПРИЄМСТВО (КАПІТАЛУ)

Рентабельність вкладень в підприємство характеризується величиною прибутку, отримуваною підприємством на 1 грн. вкладеного капіталу, тобто вартості всього майна, що є у розпорядженні підприємства).

$$P_k = \frac{\Pi}{A} \cdot 100$$

де А - сума активу балансу (валюта балансу, підсумок балансу).

Рентабельність виробничих фондів розраховується як відношення прибутку до середньорічної вартості основних виробничих фондів (ОФ) і матеріальних оборотних активів (МОА).

$$P_{of} = \frac{\Pi}{O_{фср.}} \cdot 100 \qquad P_{мос} = \frac{\Pi}{MOA_{ср.}} \cdot 100$$

$$P_{пф} = \frac{\Pi}{O_{фср.} + MOA_{ср.}} \cdot 100$$

На зміну даних показників впливає зміна рівнів фондівіддачі і оборотності матеріальних оборотних коштів, а також рентабельності продажів.

Рентабельність оборотних активів визначається відношенням прибутку до середнього залишку оборотних коштів.

$$P_{ic} = \frac{\Pi}{OA_{ср.}} \cdot 100$$

Рентабельність власних оборотних активів - це ділення прибутку на суму власних оборотних коштів:

$$P_{сos} = \frac{\Pi}{COA} \cdot 100$$

Рентабельність власного капіталу підприємства визначається як ділення чистого прибутку на суму власного капіталу підприємства (підсумок 1 розділу пасиву балансу).

$$P_{ск} = \frac{\Pi}{СК} \cdot 100$$

Рентабельність акціонерного капіталу характеризується розміром прибутку на 1 грн. акціонерного капіталу (статутного фонду) підприємства.

$$R_{ак} = \frac{\Pi}{АК} \cdot 100$$

Рентабельність позикового капіталу підприємства - це відношення прибутку до суми позикового капіталу підприємства (сума II і III розділів пасиву балансу).

$$R_{зс} = \frac{\Pi}{ЗК} \cdot 100$$

Рентабельність реальних інвестицій визначається відношенням приросту прибутку або зниження витрат виробництва до суми капітальних вкладень (інвестицій -Інв), що забезпечила цей приріст.

$$R_{інв} = \frac{\Delta \Pi}{Інв} \cdot 100$$

Діяльність підприємств в умовах ринку вимагає від них обов'язкового досягнення певного рівня рентабельності. Підвищення рентабельності сприяє зміцненню фінансової стійкості підприємств. З цього проте не виходить, що рентабельність підприємства повинна тільки підвищуватися. Рентабельність належить до економічних показників, що оптимізуються. Недосягнення оптимальної рентабельності створює утруднення у функціонуванні підприємств. Разом з тим підвищення оптимальної рентабельності підприємства надає стримуючий вплив на реалізацію товарів.

З цього можна зробити вивід: успішна діяльність підприємства на ринку залежить від уміння управляти рентабельністю. Питання управління рентабельністю підприємства будуть розглянуті нами пізніше.

Питання для самоконтролю:

1. Дайте поняття валового доходу підприємства та основних його складових.
2. Чинники, які впливають на розмір валового доходу підприємства.
3. Розкрийте економічний зміст прибутку.
4. Дайте характеристику основним функціям прибутку.
5. Які фактори впливають на величину прибутку підприємства?
6. Назвіть основні етапи розподілу прибутку підприємства.
7. Сутність і види рентабельності підприємства.

Тема 13. Товарообіг торгових підприємств і його види

13.1. Торгівля і її функції.

13.2. Суть і склад оптового товарообігу.

13.3. Суть і склад роздрібного товарообігу підприємства.

13.4. Суть і склад товарообігу ресторанного господарства.

13.5. Аналіз товарообігу.

Рекомендована література:[1], [2], [5], [7], [8], [9], [13], [17], [19], [23], [26], [31], [45]

Основні поняття: торгова діяльність, торгівля, оптовий торгівля, роздрібна торгівля, товарооборот, структура товарообороту, аналіз товарообороту

13.1. Торгівля і її функції

Отже, ми вивчили з вами виробничу сторону діяльності підприємства, результатом якої є випуск продукції. Але продукція отримує суспільне визнання, якщо вона буде спожита. Споживання продукції здійснюється за допомогою її реалізації, продажу на ринку. Тобто підприємство повинне займатися торговою діяльністю. У сучасних умовах цією діяльністю займається кожне підприємство, але існують підприємства, предметом діяльності яких є саме торгова діяльність.

Торгова діяльність - це специфічна діяльність по здійсненню товарного звернення, тобто доведенню товарів від виробника до споживача шляхом купівлі-продажу в цілях отримання прибутку.

Сукупність підприємств, основою для яких є торгова діяльність, є **торгівлею** як галуззю народного господарства.

Торгівля, знаходячись між виробниками і споживачами, надає послуги і тим і іншим. Так, вона

1) звільняє виробників від необхідності вступати у відносини з величезною масою споживачів;

2) забезпечує синхронізацію ритму виробництва і ритму споживання, схильних до різночасних сезонних коливань шляхом створення запасів товарів;

3) сприяє тому, що грошові доходи виробників стають регулярнішими і незалежними від затримки в збуті продукції споживачам;

4) створює умови для того, щоб матеріальні блага, вироблювані в масовому порядку безліччю підприємств, розкиданих на великій території, стали доступними для споживачів в такій кількості і якості, в такому місці і в такий час, який зручний останнім;

5) допомагає інформувати виробників щодо запитів споживачів і бере участь в рекламній діяльності, яка впливає на вибір споживачами того або іншого товару;

б) сприяє підтримці конкуренції, здійснюючи порівняння і вибір постачальників;

7) бере участь у формуванні витрат виробництва і роздрібних цін;

Таким чином, **ТОРГІВЛЯ** - це організм, стимулюючий виробництво і завдаючий йому певний напрям; вона є необхідним елементом структури ринкової економіки і робить істотний вплив на її ефективність.

Формування торгівлі як галузі народного господарства пов'язано з транспортом, будівництвом, комунальним господарством, зв'язком, кредитно-грошовою системою і так далі. Більше 1/3 вантажів, що перевозяться транспортом, доводиться на торгівлю. Торгівля забезпечує міжрегіональні і міжгалузеві зв'язки по засобах товарного обміну.

Суть торгівлі виражається в її функціях.

1. Доведення товарів від виробників до споживачів, тобто реалізація проведених продуктів як споживних вартостей.

Для виконання цієї функції необхідно:

- вивчати попит на товари народного споживання;
- проводити транспортування товару;
- забезпечувати зберігання товарних запасів;
- комплектувати асортимент товарів;
- проводити доопрацювання, фасування, упаковку.

2. Реалізація товарів як вартостей, тобто зміна форм вартості (обслуговування населення, масових розрахунків).

Обидві функції зв'язано між собою і виконуються одночасно.

Торгова діяльність здійснюється в сферах роздрібної, оптової торгівлі і торгово-виробничій (громадське харчування) сфері.

Оптова торгівля має посередницький характер, зв'язуючи між собою виробників і споживачів, формує замовлення і забезпечує постачання товарів в роздрібну торгівлю. Роздрібна ж є кінцевою ланкою в торгівлі товарами і завершує цикл їх обміну на гроші.

Оптова торгівля - діяльність по придбанню і відповідному перетворенню товарів для подальшої їх реалізації підприємствам роздрібної торгівлі, іншим суб'єктам підприємницької діяльності; - роздрібна торгівля - діяльність по продажу товарів безпосередньо громадянам і іншим кінцевим споживачам для їх особистого некомерційного використання незалежно від форми розрахунків, зокрема на розлив в ресторанах, кафе, барах, інших підприємствах громадського харчування.

13.2. Суть і склад оптового обороту

Товарообіг – це продаж товарів масового споживання і надання платних послуг населенню для задоволення особистих потреб в обмін на його грошові доходи, або іншим підприємствам – для подальшої переробки або продажу.

Залежно від специфіки операцій по купівлі-продажу товарів у складі товарообігу торгового підприємства виділяють наступні **види**:

1. Оптовий товарообіг.
2. Роздрібний товарообіг.
3. Товарообіг ресторанного господарства.

Суспільний розподіл праці у сфері товарного звернення зумовив виділення в окрему галузь оптової торгівлі. **Оптова торгівля** - це проміжний ринок між виробником і роздрібною торгівлею. В результаті оптового продажу товари не переходять в сферу особистого споживання, вони або поступають у виробниче споживання, або отримуються роздрібною торгівлею для реалізації населенню.

Оптовий товарообіг - це сукупний об'єм продажу товарів виробничими і торговими підприємствами, а також посередниками іншим підприємствам і юридичним особам для подальшої реалізації населенню або для виробничого споживання.

Роль і призначення оптової торгівлі найнаочніше простежується при розгляді її функцій.

На макрорівні оптова торгівля виконує наступні **функції**:

Інтегруюча - забезпечення взаємозв'язку між партнерами-виробниками, продавцями і покупцями по знаходженню оптимальних каналів збуту продукції;

Оцінна - визначення рівня суспільне необхідних витрат через ціноутворення;

Організуюча і регулююча - забезпечення раціональної побудови і гармонійного функціонування економічної системи за допомогою імпульсів, стимулюючих структурні зміни.

Макроекономічні функції оптової торгівлі трансформуються на мікрорівні в різноманітні підфункції або функції оптових торгових підприємств. Серед них можна виділити наступні:

- економічна інтеграція території і подолання просторового розриву;
- перетворення виробничого асортименту в торговий асортимент товарів;
- формування запасів для страхування від змін попиту;
- згладжування цін;
- зберігання;
- доопрацювання, доведення товару до необхідної якості, фасовка і упаковка;
- кредитування своїх клієнтів, особливо дрібних роздрібних підприємств;
- маркетингові дослідження ринку і реклами.

Функціонування оптової торгівлі забезпечує значну економію витрат звернення, що обумовлює зменшення числа контактів. В результаті покупець, роздрібна торгівля, економить час, оскільки звільняється від закупівель у безлічі виробників, знижує матеріальні витрати, пов'язані із зберіганням, формуванням асортименту товарів і їх доставкою.

Зберігання запасів в опті обходиться значно дешевшим, ніж в роздрібі. Тому прогресивною вважається пропорція на користь опту, про що свідчить зарубіжний досвід. Проте в Україні пропорції розміщення запасів в оптовій і роздрібній торгівлі далекі від оптимальних. Від цієї пропорції

залежить ефективність використання торгових площ в роздрібних підприємствах.

Оптовий товарообіг підприємства як показник господарської діяльності є валовою сумою реалізації товарів для подальшої їх продажу населенню або виробниче споживання.

Різноманіття і складність завдань, що вирішуються оптовими підприємствами, зумовлюють класифікацію товарообігу по різних ознаках:

1. По формах руху товару:

- складський оборот
- транзитний оборот: з участю в розрахунках
без участі в розрахунках.

2. По категоріях покупців:

- оборот по реалізації роздрібним підприємствам
- оборот по реалізації промисловим підприємствам
- оборот по реалізації оптовим підприємствам
- оборот по експорту
- оборот по держзамовленню
- оборот по інших покупцях.

3. По регіонах:

- оборот по реалізації в місцевому регіоні
- оборот по реалізації в інші регіони

4. По структурі і асортименту (по номенклатурі форми 3-торг).

5. За способом оплати за товар:

- оборот негайної оплати
- оборот по перерахуванню
- оборот з продажу в кредит

13.3. Соціально-економічна суть і склад роздрібногo товарообігу

Під роздрібним товарообігом розуміється продаж товарів населенню для задоволення особистих потреб в обмін на його грошові доходи. Роздрібний товарообіг розрізняють як економічну категорію і як економічний показник.

Як економічна категорія роздрібний товарообіг виражає економічні відносини з приводу обміну грошових доходів на товари. Роздрібний товарообіг характеризує завершення процесу звернення, товари переходять у власність споживача, тобто сферу споживання, де і споживаються. При цьому товар перетворюється на гроші і створюються умови для нового циклу відтворення.

Як економічний показник роздрібний товарообіг характеризує об'єм діяльності підприємства і його структурних підрозділів, галузі в цілому. Від цього показника залежать об'єм валових доходів і прибутку.

Роздрібна реалізація товарів включає

продаж товарів безпосередньо населенню для особистого споживання

дрібнооптовий товарообіг, тобто продаж товарів організаціям, підприємствам, установам для колективного споживання.

По економічному змісту у складі роздрібного товарообігу виділяють:

- продаж товарів з роздрібною мережі за готівковий і безготівковий розрахунки
- продаж населенню товарів в кредит
- продаж друкарських видань по підписці
- продаж по дрібному опту і тому подібне

Як економічний показник роздрібний товарообіг вимірюється об'ємом і структурою.

Об'єм роздрібного товарообігу - це виручка від продажу товарів за певний період.

Структура товарообігу представлена асортиментним складом проданих товарів по групах (30 груп продовольчих і 60 груп непродовольчих товарів) або окремих товарних найменуваннях. За об'ємом і структурі товарообігу можна судити про рівень споживання.

Роздрібний товарообіг має важливе народногосподарське значення:

1. Здійснюючи зміну форм вартості, роздрібний товарообіг створює необхідні передумови для відтворення товарів.
2. За допомогою роздрібного товарообігу отримують суспільне визнання вартість і споживна вартість товарів.
3. Роздрібний товарообіг - важлива ланка в розподілі національного доходу. Через роздрібний товарообіг реалізуються грошові доходи населення, що отримуються відповідно до кількості і якості витраченої праці.
4. Роздрібний товарообіг виражає рівень життя населення. У фонді особистого споживання населення роздрібний товарообіг займає більше 70%.
5. Роздрібний товарообіг істотно впливає на грошове звернення в країні і стійкість національної валюти, оскільки звернення готівки пов'язане головним чином з обслуговуванням роздрібного товарообігу.

13.4. Суть і склад товарообігу ресторанного господарства

Суть товарообігу ресторанного господарства визначається функціями, які виконують підприємства ресторанного господарства:

- функцію виробництва кулінарної продукції, яка завершує створення споживчої вартості і вартості готових харчових продуктів. Від характеру і рівня виробництва в громадському харчуванні залежать об'єм і структура споживання їжі, її якість і відповідність потребам обслуговуваного населення.

- функцію реалізації кулінарної продукції і купувальних товарів, яка забезпечують спрямованість взаємодії процесів виробництва, обміну і споживання в підприємстві громадського харчування. З їх допомогою здійснюються процеси доведення до населення виробничої продукції і зміни її товарної форми на грошову.

- функцію організації споживання пов'язана з наданням послуг шляхом створення умов для їди населенням.

- функція організації відпочинку, яка пов'язана з наданням послуг шляхом створення умов для відпочинку населення

Валовий товарообіг громадського харчування є

з погляду *економічного змісту* активів купівлі-продажу - суму оптового і роздрібного оборотів;

з погляду *характеристики предмету купівлі-продажу* - суму оборотів по реалізації продукції власного виробництва і купувальних товарів

Таким чином, валовим товарообігом ресторанного господарства є сукупність роздрібного продажу населенню і іншим споживачам кулінарних виробів, напівфабрикатів, купувальних товарів і оптової реалізації продукції, призначеної для доопрацювання і подальшого продажу населенню.

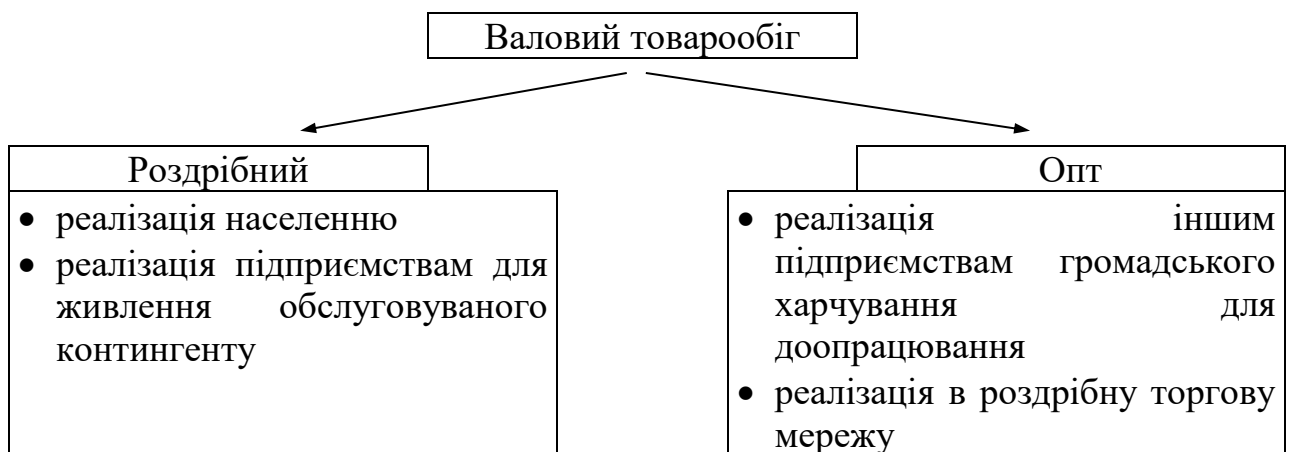


Рисунок 13.1 - Класифікація товарообігу ресторанного господарства по економічному змісту

По *економічному вмісту в роздрібному обороті* ресторанного господарства виділяють реалізацію населенню через мережу громадського харчування і реалізацію продукції громадського харчування підприємствам, організаціям і установам для живлення обслуговуваного контингенту.

Крім реалізації населенню окремі підприємства ресторанного господарства продають напівфабрикати, кондитерські і випечені вироби іншим підприємствам громадського харчування для доопрацювання або в роздрібну торгову мережу. Оскільки в цьому випадку продукція громадського харчування не поступає кінцевому споживачеві, а рух її продовжується, цей вид реалізації відноситься до оптового обороту громадського харчування.

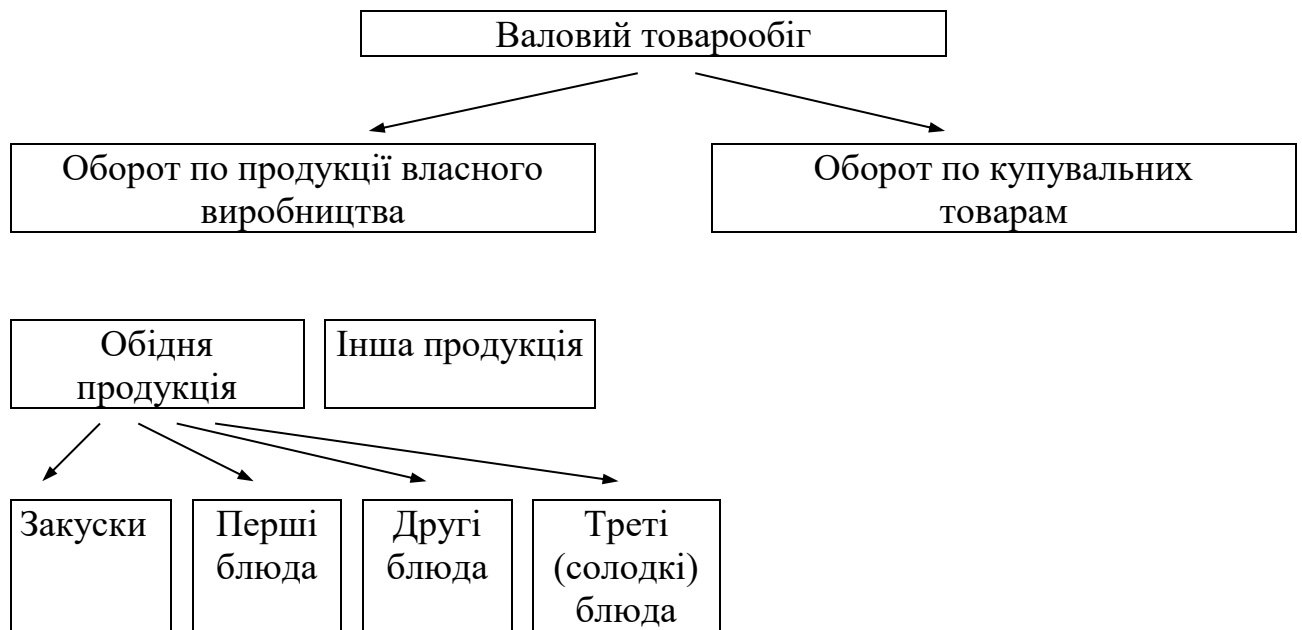


Рисунок 13.2 - Класифікація товарообігу ресторанного господарства з погляду характеристики предмету купівлі продажу

З погляду характеристики предмету купівлі-продажу товарообіг громадського харчування ділиться на оборот по продукції власного виробництва і оборот по купувальних товарах.

До **продукції власного виробництва** відносять сировину і продукти, що пройшли кулінарну обробку і що отримали вид кулінарного виробу.

Основну частину продукції власного виробництва складає *обідня продукція*, що реалізовується через лінію роздачі, а також що відпускається додому. Показником об'єму виробництва цього виду продукції є *блюдо*. Залежно від призначення блюда підрозділяються на закуски, перші, другі і треті (солодкі) блюда.

Окрім обідньої продукції до продукції власного виробництва відноситься так звана інша власна продукція: кондитерські вироби, випечені вироби, гарячі напої, напівфабрикати, бутерброди, морожене і безалкогольні напої власного виготовлення, молоко і молочна продукція, якщо вони реалізуються через кухню.

До **купувальних товарів** відносяться продукти, які отримуються у інших підприємств і реалізуються населенню без кулінарної обробки. Це - хліб і хлібобулочні вироби, кондитерські вироби, консерви, що реалізуються в банках; морожене, алкогольні і безалкогольні напої; фрукти, ягоди, сигарети і так далі. Якщо консерви і інші продукти продаються як блюда, а хліб враховується в обідній продукції, бутербродах і видається на роздачі, то ці вироби відносяться до продукції власного виробництва.

Реалізація продукції власного виробництва і купувальних товарів населенню для індивідуального або сумісного споживання є роздрібним товарообігом громадського харчування. Його об'єм планується і

враховується по цінах громадського харчування, тобто з урахуванням націнки.

13.5. Аналіз товарообігу

Початковою інформацією для планування діяльності підприємства в цілому і товарообігу зокрема є аналіз товарообігу. Глибокий і достовірний аналіз дозволяє врахувати всі недоліки, виявити наявні можливості на підприємстві і ухвалити правильне рішення на майбутній період.

Послідовність проведення аналізу товарообігу:

1 етап – Визначення загального об'єму товарообігу і оцінка ступеня виконання плану.

На даному етапі аналізу визначають загальний об'єм реалізації товарів і платних послуг у вартісному вимірюванні, а по деяких групах товарів – також в натуральному вимірюванні.

Оскільки процес планування діяльності підприємства на майбутній рік починається до початку цього року, то при аналізі необхідно уміти розраховувати очікувані показники об'єму продажів в поточному (звітному) році.

Розрахунок очікуваного товарообігу (Тожід) здійснюється в наступному порядку: до фактично отриманого об'єму продажів $T_{ф9мес}$ додають очікуваний об'єм продажів за період (зазвичай 4-й квартал або листопад-грудень звітного року), що залишився, тобто плановий товарообіг 4-го кварталу, скоректований на умови функціонування підприємства в поточному році ($T_{пл4кв}$).

$$Тожід = T_{ф9мес} + T_{пл4кв}$$

Оцінка ступеня виконання плану товарообігу здійснюється за допомогою двох показників:

- абсолютний розмір відхилення фактичного товарообігу від плану:

$$ДТ = T_{ф} - T_{пл}$$

- відсоток виконання плану товарообігу:

$$\%Т = T_{ф} / T_{пл} * 100$$

Вивчення ступеня виконання плану проводиться не тільки для оцінки професіоналізму працівників планово-економічних служб, а перш за все, для оцінки мінливості зовнішнього середовища підприємства і чутливості товарообігу до цих змін.

2 етап – Аналіз динаміки загального об'єму товарообігу.

При вивченні динаміки показників необхідно забезпечити їх зіставність з урахуванням зміни цін. Для цього використовують індекси інфляції і проводять розрахунок товарообігу в зіставних цінах по формулі:

$$T_c = \frac{T_f}{I_i}, \text{ де}$$

T_c - зіставний об'єм продажів (товарообіг) ;

T_f - фактичний товарообіг;

I_i - індекс інфляції.

На основі розрахованого об'єму продажів в зіставних цінах визначають абсолютну зміну товарообігу за період, а також темпи його зростання і приросту. Для планування товарообігу і управління реалізацією продукції важливе значення має визначення середнього темпу зростання товарообігу по формулі середньої геометричної:

$$t = \sqrt[n]{\frac{T_n}{T_1}} * 100, \text{ де}$$

t - темпи зміни об'єму реалізації в %;

T_n - об'єм продажів в зіставних цінах в останньому періоді;

T_1 - об'єм продажів в першому періоді.

n - кількість періодів.

3 етап дається характеристика структури товарообігу. В процесі структурного аналізу розраховується питома вага окремих видів (форм) продажів згідно класифікації товарообігу або окремих товарних груп (товарів) в загальному об'ємі товарообігу.

4 етап - Характеристика рівномірності і ритмічності реалізації товарів

Для характеристики рівномірності реалізації товарів використовуються показники середньквдратического відхилення (σ) (сигма) і коефіцієнта варіації (γ) (гамма), які розраховуються по формулах:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (T_i - \bar{T})^2}{n}} \quad \gamma = \frac{\sigma * 100}{\bar{T}} \text{ де}$$

$$\text{Кравм} = 100 - \gamma$$

σ - середньквдратическое відхилення;

T_i - об'єм товарообігу в кожному конкретному періоді;

\bar{T} - середній товарообіг за період в даному відрізку часу;

n - кількість періодів;

γ - коефіцієнт варіації, що виражає нерівномірність реалізації товарів, в %;

За допомогою середньквдратического відхилення визначають діапазон коливання реалізації товарів, тобто мінімальний і максимальний об'єм товарообігу підприємства в середньому за досліджуваний період.

Коефіцієнт варіації допомагає оцінити відносний розмір відхилення об'єму товарообігу від середнього розміру, чим вище його значення, тим неравномернее процес реалізації товарів на даному підприємстві.

Коефіцієнт рівномірності показує наскільки рівномірно відбувається реалізація товарів, чим ближче до 100%, тим рівномірнее.

Для характеристики ритмічності реалізації товарів. Розрахунок проводиться по наступній формулі:

$$\text{Критм} = \frac{\text{Т в пред.пл}}{\text{Тпл}}$$

Чим ближче даний показник до 1, тим ритмічнее реалізація товарів (не було місяців в яких план не виконувався)

5 етап вивчається вплив окремих чинників на зміну об'єму продажів. Такий аналіз проводиться статистичним або математичним прийомами. Із статистичних прийомів використовується метод ланцюгових підстановок. З математичних прийомів використовується регресійний аналіз.

6 етап виявлення резервів зростання реалізації товарів.

версифікації товарообігу:

1. Повніше задоволення попиту покупців.
2. Забезпечення постійної наявності у продажу всього асортименту товарів, що реалізуються.
3. Оптимізація завезення товарів.
4. Розширення асортименту продукції, що реалізовується, доповнення асортименту продовольчою групою товарів.
5. Винесення торгівлі на вулицю в місця крупних купівельних потоків (зупинки міського транспорту, людні вулиці, автодорожні і залізничні вокзали).
6. Виїзна торгівля в святкові і вихідні дні в місцях відпочинку населення (парки відпочинку, сквери, пляж міського ставка).
7. Відкриття філій на ринках міста.
8. Сезонна торгівля - організація кафетерію - літнього майданчика, реалізація товарів сезонного попиту: морозиво, охолоджені напої, пиво, коктейлі.
9. Розширення площі підприємства, підвищення питомої ваги площі, зайнятої устаткуванням.
10. Активніше використання засобів мерчендайзинга.
11. Підвищення сервісу обслуговування покупців, створення столу замовлень, доставка товарів додому.
12. Збільшення кількості годин роботи магазину шляхом перекладу його на двозмінну роботу.
13. Підвищення кваліфікації працівників підприємства.

Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення торгівлі та назвіть її основні характеристики.
2. Розкрийте сутність оптової і роздрібною торгівлі.
3. Функції оптової торгівлі.
4. Основні види оптового товарообороту.
5. Сутність роздрібного товарообороту як економічної категорії та як показника економічної діяльності.
6. Назвіть і охарактеризуйте основні функції підприємств ресторанного господарства.
7. Особливості формування товарообороту підприємств ресторанного господарства.
8. Назвіть основні етапи аналізу товарообороту.

Тема 14. Обґрунтування доцільних меж діяльності підприємства

- 14.1. Точка беззбитковості.
- 14.2. Точка мінімального рівню рентабельності.
- 14.3. Запас фінансової стійкості підприємства.

Рекомендована література:[1], [2], [5], [7], [8], [9], [13], [17], [19], [23], [26], [31], [45]

Основні поняття: точка беззбитковості, точка мінімального рівня рентабельності, мінімальний прибуток, цільовий прибуток, запас фінансової стійкості, рівень запасу фінансової стійкості.

14.1. Точка беззбитковості

Підприємство як господарюючий суб'єкт ринку здійснює свою діяльність з метою отримання відповідного прибутку. Воно може отримати прибуток тільки при певному об'ємі виробництва або реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

Для забезпечення стійкості підприємства на ринку необхідно визначати економічні межі об'ємів його діяльності, порушення яких може привести підприємство до банкрутства.

У світовій практиці для визначення цих меж використовуються поняття “Точка беззбиткової” (мертва точка) і “точка мінімальної рентабельності”.

Під **точкою беззбиткової** (*Break-Even Point*) (критичного об'єму, порогу рентабельності) розуміється такий об'єм виробництва або реалізації продукції, при якому сума отриманого доходу дорівнює сумі поточних витрат, тобто рентабельність рівна нулю.

Графічна інтерпретація точки беззбиткової представлена на рис.14.1.

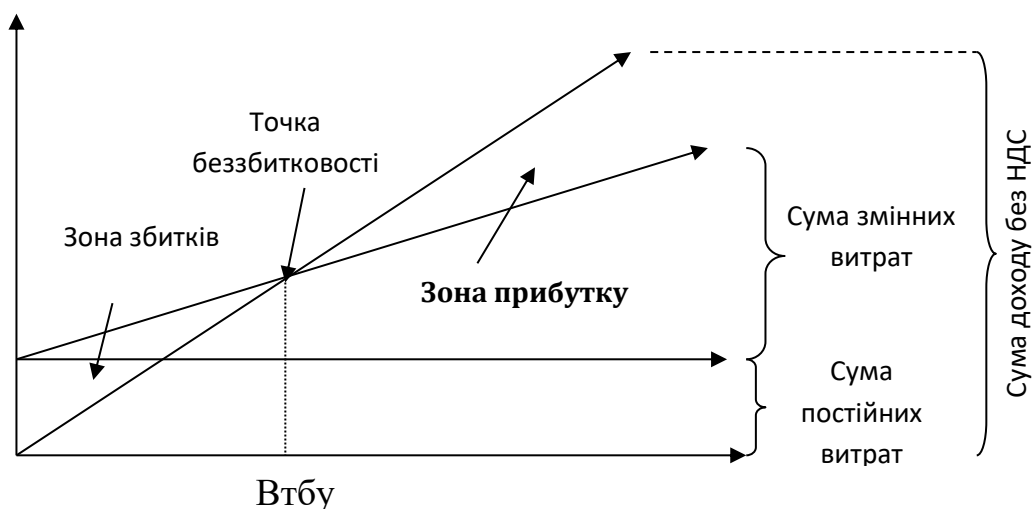


Рисунок 14.1 - Графік формування точки беззбиткової основної діяльності підприємства.

Він може визначатися в натуральному виразі по формулах:

для моновиробництва:

$$V_{\text{тбу}} = \frac{ЗП_{\text{пост}}}{Ц_{\text{пр}} - ЗП_{\text{пер}}}$$

для підприємств з широким асортиментом:

$$V_{\text{тбу}} = \frac{ЗП_{\text{пост}}}{\sum_{i=1} (Ц_{\text{пр}} - ЗП_{\text{перем}}) \cdot d_i}$$

де $V_{\text{тбу}}$ - кількість одиниць продукції, що реалізовується, яке забезпечить безбиткову підприємства;

$ЗП_{\text{пост}}$ - сума постійних витрат підприємства;

$Ц_{\text{пр}}$ - ціна виробника (оптова ціна без ПДВ і акцизів);

$ЗП_{\text{пер}}$ - сума змінних витрат в ціні одиниці продукції.

d_i – питома вага i -того продукту в загальному об'ємі виробництва.

У вартісному виразі рекомендується формули:

У промисловості

$$V_{\text{тбу}} = \frac{З_{\text{пос}}}{1 - ДЗ_{\text{пер.}}} \times \frac{100 + N_{\text{НДС}}}{100}$$

$$В_{\text{тбу}} = V_{\text{тбу}} \cdot Ц_{\text{оо ср}}$$

де $V_{\text{тбу}}$ - об'єм реалізації продукції (робіт, послуг) у вартісному виразі;

$Дз_{\text{пер}}$ - частка змінних витрат у виручці від реалізації продукції (робіт, послуг) без ПДВ;

$N_{\text{НДС}}$ - норматив податку на додану вартість (в даний час він складає 20% до ціни виробника з акцизним збором).

$Ц_{\text{оо ср}}$ – середня відпускна для опту ціна (ціна виробника з ПДВ і акцизним збором)

У торгівлі

$$T_{\text{тбу}} = \frac{ЗП_{\text{пост}}}{У_{\text{др без пдв}} - У_{\text{зпперем}}} \cdot 100$$

$T_{\text{тбу}}$ – товарообіг, що забезпечує безбиткову діяльність підприємства;

$У_{\text{др без пдв}}$, $У_{\text{зпперем}}$ - відповідно, рівень доходу від реалізації без ПДВ і змінних витрат обігу у % до товарообігу;

ЗП пост - сума постійних витрат обігу, тис.грн.

Розрахований об'єм реалізації продукції забезпечить виручку (валовий дохід), яка покриє не тільки сукупні витрати на виробництво, але і забезпечить засоби для сплати ПДВ і акцизів, хоча прибуток буде, рівною нулю.

Досягнутий рубіж беззбиткової діяльності підприємства є початковим для оцінки його можливостей забезпечити рентабельну діяльність. Оскільки кожне підприємство прагне отримати хоч би мінімальний рівень прибутку, виникає необхідність досягнення об'єму реалізації продукції, що забезпечує не тільки беззбиткову діяльність, але і отримання мінімального прибутку.

14.2. Точка мінімального рівню рентабельності

Під точкою мінімальної рентабельності розуміється такий об'єм виробництва і реалізації продукції підприємством, при якому сума доходів не тільки покриває поточні витрати на ведення діяльності, але і утворюється прибуток, розмір якого після сплати податків задовольняє власників підприємства про мінімальний рівень рентабельності на вкладений капітал. Кількісно мінімальний рівень рентабельності визначається рівнем процентної ставки банків, що склався в даний час, оскільки власник підприємства не зацікавлений в капіталізації прибули (вкладення її в основні і оборотні засоби підприємства), якщо отримуваний чистий прибуток за наслідками діяльності підприємства менше суми відсотків, які він міг би отримати від зберігання своїх грошових коштів в банці або придбавши на них цінні папери інших підприємств.

Отже, розрахунок мінімального прибутку ув'язується з тією сумою прибули, яку власник капіталу підприємства отримав би, якби вклав свої засоби в банк на депозити. Проте є і інші погляди на мінімальний рівень рентабельності. Наприклад, мінімальним рівнем рентабельності вважається рівень рентабельності капіталу, досягнутий в найбільш прибуткових галузях (підприємствах) економіки. На наш погляд, для економіки України в даний час, коли більшість підприємств (більше половини) збиткові, навряд чи слід рекомендувати такий підхід до визначення мінімального рівня рентабельності. Тому розрахунок суми мінімального прибутку рекомендуємо проводити на основі процентної ставки по депозитних внесках, прирівнюючи останню до мінімального рівня рентабельності власного капіталу підприємства:

$$C_n = M_{ур}$$

де C_n - ставка відсотка по депозитних внесках;

$M_{ур}$ - мінімальний рівень рентабельності власного капіталу.

Оскільки величина капіталу, вкладеного власником в дане підприємство ($C_{кр}$), а також мінімальний рівень рентабельності ($M_{ур}$) можуть бути визначені кількісно і не залежать від об'єму виробництва і

реалізації продукції підприємства, сума мінімального прибутку може бути розрахована таким чином:

$$\Pi_{\text{мін}} = \frac{СК_{\text{ср}} \cdot МУР}{100}$$

Визначивши суму мінімального прибутку, можна розрахувати об'єм реалізації, який забезпечить її отримання, по формулі:

$$V_{\text{мур}} = V_{\text{тбу}} + \frac{\Pi_{\text{мін}}}{1 - ДЗ_{\text{пер}}} \times \frac{100 + N_{\text{ндс}}}{100}$$

Підставивши значення $V_{\text{тбу}}$ у формулу отримаємо:

$$V_{\text{мур}} = \frac{ЗП_{\text{пост}} + \Pi_{\text{мін}}}{1 - ДЗ_{\text{пер}}} \times \frac{100 + N_{\text{ндс}}}{100}$$

Розрахунок точки мінімальної рентабельності в торгівлі здійснюється по формулі:

$$T_{\text{мур}} = \frac{ЗП_{\text{пост}} + \Pi_{\text{мін}}}{У_{\text{др без ндс}} - У_{\text{ио перем}}} \cdot 100$$

14.3. Запас фінансової стійкості підприємства

Згідно стратегічної мети підприємства його діяльність повинна бути орієнтована на отримання об'єму прибутку, достатнього для вирішення завдань виробничого і соціального розвитку, що стоять перед підприємством в умовах ринку, і задоволення економічних інтересів працівників підприємства і власників використовуваних засобів виробництва. Виходячи з об'єму цього прибутку розраховується об'єм виробництва (продажі), який забезпечить отримання підприємством цільового прибутку. У класичному розумінні цільовий прибуток як стратегічна мета діяльності підприємства повинен перевищувати мінімальний, що забезпечує мотив стратегічної діяльності. Проте в певні періоди з урахуванням умов, що склалися, цільовий прибуток може відхилитися як вгору, так і вниз від мінімального прибутку.

Якщо цільовий прибуток визначений, то об'єм реалізації, який забезпечить її отримання, можна розрахувати по формулі:

$$V_{\text{пц}} = \frac{ЗП_{\text{пост}} + П_{\text{ц}}}{1 - ДЗ_{\text{перем}}} \times \frac{100 + N_{\text{ндс}}}{100}$$

де $V_{\text{пц}}$ - об'єм реалізації продукції (робіт, послуг), що забезпечує отримання цільового прибутку;

$П_{\text{ц}}$ - сума встановленого на плановий період цільового прибутку.

У торгівлі

$$T_{\text{цел}} = \frac{ЗП_{\text{пост}} + П_{\text{цел}}}{У_{\text{др без ндс}} - УЗП_{\text{Оперем}}} \cdot 100$$

$$V_{\text{тбу}} < V_{\text{мур}} < V_{\text{цел}}$$

Об'єм реалізації продукції (робіт, послуг) понад об'єм продажу крапки безбитковості забезпечує отримання прибутку, який є основним внутрішнім джерелом фінансової стабільності підприємства. Різниця між запланованим об'ємом реалізації і об'ємом реалізації точки безбиткової називається "Запасом фінансової стійкості" підприємства.

Запас фінансової стійкості (ЗФУ) вимірюється

У вартісному виразі

$$ЗФУ_{\text{с}} = V_{\text{пл}} - V_{\text{тбу}}$$

$V_{\text{пл}}$ - об'єм реалізації продукції за планом або фактично.

У натуральному вимірюванні:

$$ЗФУ_{\text{н}} = \frac{V_{\text{пл}} - V_{\text{тбу}}}{Ц_{\text{оо ср}}} \quad \quad \quad ЗФП_{\text{н}} = \frac{ЗФУ_{\text{с}}}{Ц_{\text{оо ср}}}$$

Запас фінансової стійкості (межа безпеки) може бути виражений не тільки абсолютною, але і відносною величиною — його рівнем (або коефіцієнтом безпеки - $У_{\text{фзу}}$). Розрахунок цього показника здійснюється по наступній формулі:

$$У_{\text{фзу}} = \frac{З_{\text{фпс}}}{У_{\text{пл}}} \cdot 100$$

Питання для самоконтролю

1. Сутність та методи визначення точки безбитковості.
2. Характеристика мінімальної рентабельності на підприємстві.
3. Точка цільового прибутку.
4. Дайте характеристику запасу фінансової стійкості та його рівня.

Перелік літератури

1. Гетьман, О. О. Економіка підприємства : навч. посіб. — 2-е вид. / Гетьман О. О., Шаповал В. М. - К. : Центр учбової літератури, 2010. — 488 с.
2. Економіка підприємств: підручник / Ф. В. Горбонос [и др.]. - К. : Знання, 2010. - 463 с.
3. Господарський кодекс України №436-IV від 16.01.2003 : із змінами, внесеними згідно із Законами України // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 18, № 19–20, № 21–22, ст. 144.
5. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства : навч. посіб. / В. І. Гринчуцький, Е. Т. Карапетян, Б. В. Погрішук – 2-е вид., перероб. і доп. – К. : ЦУЛ, 2012. – 304 с.
6. Економіка підприємств : підруч. / Ф. В. Горбонос, Г. В. Черевко, Н. Ф. Павленчик, А. О. Павленчик. – К. : Знання, 2010. – 463 с.
7. Економіка підприємства : навч. посіб. / [Ліпич Л. Г., Буняк Н. М., Геліч Н. В. та ін.] ; за заг. ред. Л. Г. Ліпич. 2-ге вид., переробл. і доп. – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2013. – 590 с. – (Посібники та підручники СНУ імені Лесі Українки).
8. Економіка підприємства : підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника. - Суми : Університетська книга, 2012. – 864 с.
9. Економіка підприємства / [Покропивний С. Ф., Грещак М. Г., Колот В. М. та ін.] ; під заг. ред. С. Ф. Покропивного. – К. : КНЕУ, 2001. – 457 с.
10. Іванілов О. С. Економіка підприємства : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / О. С. Іванілов. – К. : Центр учб. л-ри, 2011. – 727 с.
11. Наказ Міністерства праці та соціальної політики України щодо організації матеріального стимулювання праці працівників підприємств і організацій № 23 від 29.01.2003 р.
12. Податковий кодекс України № 2755-VI від 02.12.2010 : із змінами, внесеними згідно із Законами України // Відомості Верховної Ради України. – 2011. – № 13–14, № 15–16, № 17, ст. 112.
13. Семернікова І. О. Економіка підприємства : навч. посіб. / І. О. Семернікова, Н. В. Мешкова-Кравченко. Херсон : ОЛДІ-плюс, 2010. – 312 с.
14. Сідун В. А. Економіка підприємства : навч. посіб. / В. А. Сідун, Ю. В. Пономарьова. – [2-е вид., переробл. та доповн.]. – К. : Центр навч. л-ри, 2006. – 356 с.
15. Тимош І. М. Економіка праці : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / Тимош І. М. – Т. : Астон, 2001. – 347 с.
16. Фролова Л.В., Бакунов А.А., Шаруга Л.В. Экономика предприятия в структурно-логических схемах. Учебное пособие. – Издание 3-е дополн. – Донецк: ДонГУЭТ, 2005. - с.173.

17. Фролова Л.В., Шаруга Л.В., Баранцева С.М., Никитенко Е.А. Формализация планово-экономических расчетов к бизнес-плану предприятия. Учебное пособие. – Донецк: ДонГУЭТ, 2003. – 197 с.
18. Цивільний кодекс України : із змінами, внесеними згідно із Законами України // Відомості Верховної Ради. – 2003. – № 40–44. – Ст. 356.
19. Шваб Л. І. Економіка підприємства : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / Л. І. Шваб. – К. : Каравела, 2011. – 416 с.
20. Яркіна Н. М. Економіка підприємства : навч. посіб. / Н. М. Яркіна. – К.: Видавництво Ліра-К, 2013. – 497с.

Навчальне видання

Єрмак Світлана Олександрівна

Кафедра підприємництва і торгівлі

**КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ З ДИСЦИПЛІНИ
ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА**

Формат 60×84/8. Ум. др. арк. 4,2.

**Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського**

50005, Дніпропетровська обл.,

м. Кривий Ріг, вул. Трамвайна, 16.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4929 від 07.07.2015 р.