

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКА ПОВІТРЯНОГО ТРАНСПОРТУ

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

з дисципліни

«Економіка господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин»

за напрямом (спеціальністю) 051 «Економіка»

освітньо-професійна програма «Економіка підприємства»

Викладач: к.е.н., доцент Ірина НАЗАРЕНКО

Конспект лекцій розглянутий та схвалений
на засіданні кафедри економіки повітряного транспорту

Протокол № 22 від «13» червня 2022 р.

Завідувач кафедри _____ Олена АРЕФ'ЄВА

Модуль №1 «Теоретичні аспекти економіки та організації діяльності суб'єктів ринкових відносин»

Лекція № 1.1

Тема лекції: Основи економіки господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин План лекції.

1. Предмет та значення курсу економіка господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин.
2. Розвиток господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин в Україні. Підприємництво як сучасна форма господарювання.
3. Функції, риси та принципи підприємництва.
4. Види підприємницької діяльності.
5. Стратегія і тактика підприємництва.
6. Місце господарської діяльності серед інших видів діяльності суб'єктів ринкових відносин.

Література: [1]; [2]; [3]; [18], [19].

Зміст лекції

1. Предмет та значення курсу економіка господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин.

Предметом вивчення економіки господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин є методи і способи раціонального поєднання та ефективного використання всіх елементів виробничого процесу на рівні підприємства. При цьому економічні, організаційні й техніко-технологічні питання розглядаються у тісному взаємозв'язку.

Об'єктом вивчення курсу є підприємство як первинна ланка економічної системи; при цьому розглядаються господарюючі суб'єкти реального сектору економіки незалежно від виду діяльності, форм власності та розмірів.

2. Розвиток господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин в Україні Підприємництво як сучасна форма господарювання.

Історія інституту підприємництва в незалежній Україні почалася з приватизації, зняття законодавчих обмежень на підприємницьку діяльність. Пострадянські умови розвитку підприємництва сприяли становленню типу великого бізнесу (фінансово-промислових груп), зрощеного з державною владою. Впровадження 1996 гривні, стабілізація фінансового сектору, налагодження зовнішньоекономічних зв'язків, економічне зростання після 2000 р. сприяли становленню дрібного й середнього підприємництва. «Помаранчева революція» 2004 засвідчила наявність прошарку дрібних та

середніх підприємців із власними пріоритетами, готових до їх відстоювання (що є важливим елементом громадянського суспільства).

3. Функції, риси та принципи підприємництва.

Основними ознаками підприємництва є: самостійність, відповідальність за прийняття рішень, їх наслідки, ризик, ініціативність, активний пошук нових, оригінальних рішень, спрямованість на досягнення комерційного успіху, прагнення до збільшення прибутків, тощо.

Підприємництво є проявом науково-технічної, економічної (комерційної), організаційної творчості і новаторства. Сучасна західна література поділяє підприємницьку діяльність на три функції.

1. ресурсну (залучення капіталу, трудових, матеріальних і інформаційних ресурсів)
2. організаційну (організація виробництва, збуту, маркетингу, реклама)
3. творчу (новаторство, прояв і застосування ініціативи, вміння ризикувати).

Підприємництво здійснюється на основі певних принципів. Основними є:

- вільний вибір видів діяльності;
- залучення на добровільних засадах до здійснення підприємницької діяльності майна та коштів юридичних осіб і громадян;
- самостійна розробка програм діяльності та вибір постачальників і споживачів виробленої продукції, встановлення цін відповідно до законодавства;
- вільне наймання працівників;
- залучення матеріально-технічних, фінансових, трудових, природних та інших ресурсів, використання яких не заборонено або не обмежено законодавством;
- вільне розпорядження прибутком, що залишається після внесення платежів, встановлених законодавством;
- самостійне здійснення підприємцем-юридичною особою зовнішньоекономічної діяльності, використання будь-яким підприємцем частки валютної виручки, що йому належить, на власний розсуд.

4. Види підприємницької діяльності.

Підприємницька бондарська діяльність здійснюється в певних формах і видах.

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

Види і форми підприємства класифікуються за низкою ознак: За видами діяльності можна виділити 3 види:

- Підприємства, що діють у галузі матеріального виробництва та його великих підрозділів (будівництво, машинобудування) і нематеріального виробництва, відмітною ознакою якого є створення особливого продукту послуг (матеріальних послуг);
- Підприємства, що здійснюють посередницьку діяльність, завдання якої — встановлення зв'язків і укладання контрактів між підприємствами ;
- Сфера нематеріального обслуговування (це невиробничі послуги, які є показниками рівня життя в країні: (торгівля) ;

За кількістю видів виробленої продукції підприємства поділяються:

- На спеціалізовані, що випускають обмежену кількість видів товарів і багатoproфільні, що виробляють різні товари у великому асортименті. у свою чергу, залежно від рівня спеціалізації виділяють підприємства з предметної, подетальної, технологічної та змішаної спеціалізацією.
- Предметна — виробництво готових до вживання товарів.
- Подетальна — випуск запасних деталей і частин.
- Технологічна — коли на підприємстві зосереджена певна стадія технічного процесу.
- Змішана — характеризується наявністю на підприємстві діяльності з предметної та технологічної спеціалізації.

За розміром: великі, середні, малі.

5. Стратегія і тактика підприємництва.

Стратегія і тактика підприємництва - прийняття широких довгострокових заходів у сфері підприємництва — стратегія; і частина стратегії, що її обслуговує, методи, засоби, форми, способи досягнення цілей підприємництва — тактика.

Цілі — конкретні результати стану бізнесу (підприємництва), які можуть бути досягнуті за найсприятливіших умов, критерій для оцінки можливих успіхів у реалізації тієї чи іншої стратегії. Стратегія і тактика виробничого підприємництва складаються з елементів:

- 1) підприємницька ідея;
- 2) місія фірми;
- 3) стратегічна мета фірми;
- 4) профіль та статус фірми;
- 5) діловий цикл;
- 6) результат досягнення мети.

6. Місце господарської діяльності серед інших видів діяльності суб'єктів ринкових відносин.

Підприємництво, підприємницька діяльність — самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик, господарська діяльність задля досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку. Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності» від 02.03.2015 № 222-VIII.

Лекція № 1.2

Тема лекції: Особливості господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин різних форм організації бізнесу

План лекції.

1. Характеристика організаційно-правових форм діяльності суб'єктів ринкових відносин.
2. Форми об'єднання підприємств, їх характеристика.
3. Економіка господарської діяльності господарських товариств.
4. Економіка господарської діяльності промислово-фінансових груп, венчурних і ріелтерських суб'єктів господарювання.
5. Економіка господарської діяльності державних підприємств.
6. Економічні нормативи діяльності кооперативів і кредитних спілок та їх об'єднань. Економіка господарської діяльності суб'єктів малого бізнесу в Україні.

Література: [1]; [2]; [3]; [5], [18]; [19].

Зміст лекції

1. Характеристика організаційно-правових форм діяльності суб'єктів ринкових відносин.

Законодавство надає можливість вибирати організаційно-правові форми ведення господарської діяльності. Можна вести підприємницьку діяльність в наступних формах:

- Фізична особа - підприємець (ФОП);
- Господарські товариства: повне товариство, командитне товариство, товариство з обмеженою (ТОВ) або додатковою відповідальністю, акціонерне товариство;

- Кооперативи;
- Приватні підприємства (ПП);
- Громадські об'єднання (відповідно до Закону України «Про громадські об'єднання» від 22.03.2012 р. їм надається право здійснювати підприємницьку діяльність безпосередньо).

2. Форми об'єднання підприємств, їх характеристика.

Як свідчить світовий і вітчизняний досвід господарювання, підприємства можуть створювати різні за принципами і цілями добровільні об'єднання.

1. **Асоціація** – найпростіша форма договірної об'єднання підприємств (фірм, компаній, організацій) з метою постійної координації господарської діяльності. Асоціація не має права втручатися у виробничу і комерційну діяльність будь-якого з її учасників (членів);

2. **Корпорація** – договірні об'єднання господарюючих суб'єктів на основі інтеграції їх науково-технічних, виробничих та комерційних інтересів, з делегуванням окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників;

3. **Консорціум** – тимчасові статутні об'єднання промислового і банківського капіталу для досягнення загальної мети (наприклад, здійснення спільного великого господарського проекту). Учасниками консорціуму можуть бути державні і приватні фірми, а також цілі держави (наприклад, Міжнародний консорціум супутникового зв'язку);

4. **Концерн** – форма статутних об'єднань підприємств (фірм), що характеризується єдністю власності і контролю; об'єднання відбувається найчастіше за принципом диверсифікації, коли один концерн інтегрує підприємства (фірми) різних галузей економіки (промисловість, транспорт, торгівля, наукові організації, банки, страхова справа). Після створення концерну господарюючі суб'єкти втрачають свою самостійність, підпорядковуються звичайно фінансовим структурам. В сучасних умовах значно розширюється мережа міжнародних концернів;

5. **Картель** – договірне об'єднання підприємств (фірм) переважно однієї галузі для здійснення спільної комерційної діяльності – регулювання збуту виготовлюваної продукції;

6. **Синдикат** – організаційна форма існування різновиду картельної угоди, що передбачає реалізацію продукції учасників через створений спільний збутовий орган або збутову мережу одного з учасників об'єднання. Подібним чином може здійснюватись закупівля сировини для всіх учасників синдикату. Така форма об'єднання підприємств є характерною для галузей з масовим виробництвом однорідної продукції;

7. **Трест** – монополістичне об'єднання підприємств, що раніше належали різним підприємцям, в єдиний виробничо-господарський комплекс. При цьому підприємства повністю втрачають свою юридичну і господарську самостійність;

8. **Холдинг** – специфічна організаційна форма об'єднання капіталів; державницьке інтегроване товариство, що само безпосередньо не займається виробничою діяльністю, а використовує свої фінансові кошти для придбання контрольних пакетів акцій інших підприємств, які є учасниками концерну або другого добровільного об'єднання. Завдяки цьому воно здійснює контроль за діяльністю таких підприємств. Об'єднані у холдингу суб'єкти мають юридичну і господарську самостійність. Проте рішення основних питань їх діяльності належить холдинговій фірмі;

9. **Фінансові групи** – об'єднання юридичне та економічно самостійних підприємств (фірм) різних галузей народного господарства. На відміну від концерну фінансові групи очолюють один або декілька банків, які розпоряджаються капіталом підприємств (фірм, компаній), що входять до них, координують усі: сфери їх діяльності.

3. Економіка господарської діяльності господарських товариств.

Господарське товариство — юридична особа, статутний (складений) капітал якої поділений на частки між учасниками.

Господарськими товариствами визнаються підприємства або інші суб'єкти господарювання, створені юридичними особами та/або громадянами шляхом об'єднання їх майна і участі в підприємницькій діяльності товариства з метою одержання прибутку. Засновниками і учасниками товариства можуть бути суб'єкти господарювання, інші учасники господарських відносин, зазначені у статті 2 Господарського кодексу України, а також громадяни, які не є суб'єктами господарювання.

До господарських товариств належать:

- Акціонерні товариства
- Товариства з обмеженою відповідальністю
- Товариства з додатковою відповідальністю
- Повні товариства
- Командитні товариства.

4. Економіка господарської діяльності промислово-фінансових груп, венчурних і ріелторських суб'єктів господарювання.

Підприємство може бути учасником промислово-фінансової групи. *Промислово-фінансова група (ПФГ)* - об'єднання, до якого можуть входити промислові підприємства, сільськогосподарські підприємства, банки, наукові і проектні установи, інші установи та організації всіх форм власності, що мають на меті отримання прибутку, та яке створюється за рішенням Уряду України на певний термін з метою реалізації державних програм розвитку пріоритетних галузей виробництва і структурної перебудови економіки України, включаючи програми згідно з міждержавними договорами, а також виробництва кінцевої продукції.

До *складу* промислово-фінансової групи можуть входити промислові та інші підприємства, наукові і проектні установи, інші установи і організації усіх форм власності. У складі промислово-фінансової групи визначається головне підприємство, яке має виключне право діяти від імені промислово-фінансової групи як члена господарських відносин.

Промислово-фінансова група не є юридичною особою і не підлягає державній реєстрації як суб'єкт господарювання

Головне підприємство та учасники ПФГ укладають Генеральну угоду про сумісну діяльність щодо виробництва кінцевої продукції ПФГ, яка підлягає затвердженню постановою Кабінету Міністрів України.

Головне підприємство ПФГ не несе відповідальності за зобов'язаннями учасників ПФГ, учасники ПФГ не несуть відповідальності за зобов'язаннями головного підприємства ПФГ, якщо інше не обумовлено двосторонніми договорами, гарантіями,

Ріелторською діяльністю є підприємницька діяльність, яка полягає в наданні послуг фізичним та юридичним особам (споживачам ріелторських послуг) при здійсненні ними операцій з нерухомістю та/або реалізації ними прав на нерухоме майно. Ріелтором може бути фізична особа, яка має базову вищу освіту, склала кваліфікаційний іспит, по підсумках якого отримала Кваліфікаційне свідоцтво ріелтора та зареєстрована у Реєстрі ріелторів України.

Ріелтором не може бути особа, яка має непогашену або не зняту судимість за корисливий злочин.

Ріелтор має право здійснювати ріелторську діяльність самостійно як ріелтор-підприємець або у складі агентства нерухомості.

5. Економіка господарської діяльності державних підприємств.

Економіка підприємства — система знань, пов'язаних з процесом прийняття і розробки господарських рішень в ході діяльності підприємства.

Економіка підприємства аналізує такі предмети, як організація підприємства, управління, розширення та стратегія. Дослідження можуть включати, як і чому корпорації розширюються, вплив підприємств, взаємодія між корпораціями та роль урядів у регулюванні.

У Законі України «Про підприємства в Україні» підприємство визначено як основна організаційна ланка народного господарства України, а також як самостійний господарюючий статутний суб'єкт, який має права юридичної особи і здійснює науково-дослідницьку, виробничу і комерційну діяльність з метою отримання відповідного доходу.

6. Економічні нормативи діяльності кооперативів і кредитних спілок та їх об'єднань. Економіка господарської діяльності суб'єктів малого бізнесу в Україні.

Кредитна спілка - це неприбуткова організація, заснована фізичними особами, професійними спілками, їх об'єднаннями на кооперативних засадах з метою задоволення потреб її членів у взаємному кредитуванні та наданні фінансових послуг за рахунок об'єднаних грошових внесків членів кредитної спілки.

Кредитна спілка є фінансовою установою, виключним видом діяльності якої є надання фінансових послуг, передбачених цим Законом.

Кооператів — юридична особа, утворена фізичними та/або юридичними особами, які добровільно об'єдналися на основі членства для ведення спільної господарської та іншої діяльності з метою задоволення своїх економічних, соціальних та інших потреб на засадах самоврядування.

Лекція № 1.3

Тема лекції: Структура та управління підприємствами План лекції.

1. Поняття та необхідність управління виробничою діяльністю.
2. Еволюція концепцій управління.
3. Цілі, завдання функції та основні риси управління підприємством.
4. Сучасні принципи та методи управління діяльністю підприємств.
5. Організаційні структури управління підприємством, їх характеристика.
6. Вищі органи державного управління підприємствами та організаціями.

Література: [1]; [2]; [3]; [5], [10]; [18]; [19].

Зміст лекції

1. Поняття та необхідність управління виробничою діяльністю.

В Україні управління підприємством здійснюється відповідно до його установчих документів на основі поєднання прав власника щодо господарського використання свого майна і участі в управлінні трудового колективу.

Власник здійснює свої права щодо управління підприємством безпосередньо або через уповноважені ним органи відповідно до статуту підприємства чи інших установчих документів.

Для керівництва господарською діяльністю підприємства власник (власники) або уповноважений ним орган призначає (обирає) керівника підприємства.

2. Еволюція концепцій управління.

Еволюція концепцій управління ринковою діяльністю

Концепція удосконалення виробництва

Концепція удосконалення товару

Концепція збуту (інтенсифікації комерційних зусиль)

Концепція маркетингу

Концепція соціально-етичного маркетингу

Концепція маркетингу відносин

Концепція холістичного маркетингу

3. Цілі, завдання функції та основні риси управління підприємством.

Кожне підприємство, виходячи із своєї місії, самостійно визначає *мету своєї діяльності*. Найчастіше вона набирає виразу стратегічної мети, яка може полягати в наступному:

- о одержання доходу;
- о створення потенційних можливостей для майбутнього розвитку;
- о забезпечення безпеки життєдіяльності;
- о створення умов для усестороннього розвитку працівників підприємства.

Для досягнення будь-якої мети мають бути сформульовані **цілі** окремих рівнів управління на підприємстві, окремих структурних підрозділів.

Цілі діяльності підприємства повинні відповідати таким вимогам:

- 1) повинні охоплювати усі сфери діяльності підприємства;
- 2) повинні періодично переглядатись з метою узгодження внутрішніх можливостей підприємства з мінливими зовнішніми умовами;
- 3) мають забезпечувати концентрацію ресурсів і зусиль;
- 4) повинен бути зв'язок між коротко- і довгостроковими цілями;
- 5) мають бути функціональними, щоб забезпечити трансформацію цілей вищого рівня у конкретні завдання для нижчих рівнів.

Функції управління:

- вивчення потреб споживачів та закономірностей їх формування;
- співставлення потреб з можливостями їх задоволення та ресурсами;
- планування діяльності трудових колективів;
- організація спільної праці всіх суб'єктів виробничого процесу;
- мотивація до спільних погоджених дій;
- контроль за результатами діяльності.

Основними характерними рисами сучасного управління є:

- поступова відмова від управлінського раціоналізму (відповідно до охарактеризованої раціоналістичної концепції) і висунення на перший план проблем гнучкості та адаптованості до постійних змін зовнішнього середовища (неформально концепція управління);
- розгляд підприємства як цілісної системи, яка дозволяє досліджувати його у єдності складових частин, які пов'язані із зовнішнім середовищем; підприємство не є самозабезпечуваною системою, а залежить у своїй діяльності від ресурсів, інформації, що надходять ззовні;
- застосування ситуаційного підходу до управління, врахування конкретного набору обставин, які мають значний вплив на діяльність підприємства в даний момент часу;
- необхідність розробки і реалізації стратегічного управління підприємством, який поєднує стратегічний підхід по формуванню цілей і завдань підприємства та програмно-цільовий підхід до їх реалізації;
- визначення необхідності використання інноваційного менеджменту, який передбачає сприйняття підприємством всього нового, сучасних досягнень науково-технічного прогресу;
- усвідомлення провідної ролі лідера як носія нового господарського мислення, орієнованого на нововведення, на інтеграцію зусиль працівників, на раціональний ризик;
- визнання соціальної відповідальності управлінця (менеджера) як перед суспільством в цілому, так і перед окремими людьми, які працюють на підприємстві; менеджер повинен таким чином організувати спільну роботу працівників, щоб кожна людина максимально реалізувала свої здібності, свій потенціал.

4. Сучасні принципи та методи управління діяльністю підприємств.

Принципи управління - це певні засади і правила, якими керуються менеджери в процесі управлінської діяльності. Практично принципи управління реалізуються у сукупності нормативів, правових і моральних норм, соціально-психологічних настанов та ін.

Принципи управління, які є актуальними і сьогодні, розробив сучасник Ф. Тейлора француз А. Файоль.

Серед сучасних принципів управління можна виділити:

- чіткий поділ праці - дає змогу визначити коло виконуваних функцій як самих управлінців, так і безпосередніх виконавців управлінських рішень;
- додержання дисципліни і порядку - необхідне з огляду на те, що недотримання організаційних регламентів у поведінці працівників спричиняє неповне, неякісне виконання своїх функцій;
- повноваження і відповідальність - пов'язаний з принципом чіткого поділу праці і передбачає визначення кола повноважень управлінців різних рівнів, міру відповідальності за прийняті управлінські рішення, а також своєчасність і якість їх виконання;
- використання мотивації високопродуктивної праці - ефективність управління визначається, значною мірою, системою мотивації управлінського персоналу;
- забезпечення рівної справедливості для всіх - як самі управлінці, так і виконавці управлінських рішень мають бути впевнені, що всі вони однаковою мірою справедливо відповідають за виконання своїх функцій і також справедливо мають бути винагородженні зависокі результати праці;
- впевненість у постійності і стабільності роботи - цей принцип дозволяє розкрити кожному працівникові усі свої потенційні можливості, скерувати зусилля на якомога якісніше виконання завдань, оскільки впевненість у завтрашньому дні є одним із визначальних стимулів до високопродуктивної праці;
- дотримання взаємовідносин з працівниками відповідно до ієрархічного ланцюга - виконання управлінських рішень передбачає чітке підпорядкування нижчих ланок управління вищим;
- заохочення ініціативи - є важливим важелем стимулювання будь-якої діяльності, в тому числі і управлінської;
- цільової сумісності і зосередження - полягає у створенні системи управління, за якої усі її ланки утворюють єдиний механізм, спрямований на вирішення спільних завдань;
- ефективності управління - обумовлений наявністю багатоваріантних шляхів досягнення однієї і тієї ж поставленої мети.

Методи управління- це способи цілеспрямованого впливу на працівників і виробничі колективи і для досягнення поставлених перед ними завдань.

Використання тих чи інших методів управління передбачає можливість вибору способу впливу на людей, тобто існує певна альтернатива.

У найзагальнішому вигляді, виходячи із змісту управлінських дій, можна виділити такі групи методів управління:

1. Економічні методи - це прийоми і способи управління, в основі яких лежить свідоме використання системи економічних законів, економічний розрахунок, економічні інтереси, передбачення економічних результатів від прийнятих рішень, матеріальна заінтересованість і відповідальність працівників.

Ці методи включають:

- 1) матеріальне стимулювання працівників чи колективів і матеріальну відповідальність;
- 2) ціноутворення - спосіб і рівень встановлюваних цін на продукцію підприємства є важелем впливу на формування попиту на неї та її пропозиції;
- 3) державне регулювання - сукупність інструментів впливу держави на підприємницьку діяльність; найчастіше держава встановлює певні обмеження і цим самим впливає на поведінку суб'єктів підприємництва на ринку;
- 4) стимулювання - об'єктами стимулювання можуть бути окремі, а також окремі працівники підприємства, колективи підрозділів;
- 5) оподаткування - є елементом державного регулювання і має на меті через механізм встановлення диференційованих податкових ставок заохочувати або обмежувати розвиток тих чи інших виробництв, галузей, територій і підприємств.

2. Адміністративно-правові методи управління передбачають юридичний (правовий) і адміністративний вплив на відносини людей в процесі виробництва оскільки ці відносини регулюються певними правовими нормами.

Основними рисами цих методів є:

- наділення керівника або вищих органів владними повноваженнями;
- підпорядкування нижньої ланки управління вищій;

- вплив на керований об'єкт шляхом прямих завдань, розпоряджень, наказів і директив;
- обов'язкове виконання вказівок вищих органів управління;
- одноваріантність виконання вказівок.

3. Соціально-психологічні методи управління забезпечують вільний розвиток особистості і колективу, побудову їх діяльності на активній творчій основі. Ці методи спрямовані на створення у колективі нормального морально-психологічного клімату, вони реалізують мотиви соціальної поведінки людини, оскільки традиційні форми матеріального заохочення поступово втрачають свій стимулюючий вплив. Соціально-психологічні методи управління передбачають вивчення соціальних запитів та інтересів членів колективу, середовища виробництва, громадської думки.

Всі перелічені групи методів мають поєднуватись і створювати необхідний арсенал засобів для найефективнішого управління підприємством.

5. Організаційні структури управління підприємством, їх характеристика.

Організаційна структура управління відображає організаційний бік відносин управління і забезпечує єдність рівнів і ланок управління у їх взаємозв'язку.

Ланка управління - відокремлений орган (працівник), наділений управлінськими функціями, правами їх реалізації, визначеною відповідальністю за виконання функцій та використання прав.

Рівень управління — сукупність ланок управління на певному щаблі ієрархії. Рівні управління, поєднуючи різні ланки, характеризують рівень концентрації процесу управління і послідовність підпорядкування одних ланок іншим.

Основними елементами організаційної структури управління є:

- склад та структура функцій управління;
- кількість працівників для реалізації кожної управлінської функції;
- професійно-кваліфікаційний склад працівників апарату управління;
- склад самостійних структурних підрозділів;
- кількість рівнів управління та розподіл працівників між ними;
- порядок інформаційних зв'язків.

6. Вищі органи державного управління підприємствами та організаціями.

Антимонопольний комітет України;

Державна податкова адміністрація України;

Державна митна служба України;

Державний комітет України з питань регулярної політики та підприємництва;

Національна комісія регулювання електроенергетики України;

Державна комісія з цінних паперів та фондового ринку України.

Лекція № 1.4

Тема лекції: Ринок продукції (послуг) та маркетингова діяльність План лекції.

1. Ринок продукції (послуг): сутність, функції та структура.
2. Сучасний ринок продукції (послуг) та конкуренція.
3. Принципи поведінки суб'єктів господарювання на ринку.
4. Поняття і зміст маркетингу.
5. Принципи та цілі маркетингової діяльності.
6. Основні функції та суб'єкти маркетингу.
7. Еволюція маркетингу та основні концепції маркетингу.
8. Стратегія і тактика маркетингу.
9. Основні тенденції розвитку сучасного маркетингу.

Література: [1]; [2]; [3]; [10], [18]; [19].

Зміст лекції

1. Ринок продукції (послуг): сутність, функції та структура.

Ринок – це головний регулюючий механізм усього суспільного відтворення, який реалізує свої функції через багатогранну сукупність виробничих відносин, що формуються в процесі товарного обміну.

Для комплексного визначення сутності ринку необхідно з'ясувати його функції. Функціями ринку є:

- 1) здійснення остаточного визначення вартості товарів і послуг та їх реалізації, перетворення продукту праці на товар;
- 2) забезпечення безперервності процесу суспільного відтворення (зокрема зв'язку між виробництвом і споживанням), сприяння формуванню цілісної національної економічної системи та її зв'язку з іншими національними економіками в масштабі світового ринку;
- 3) спонукання виробників товарів і послуг знижувати індивідуальні витрати порівняно із суспільне необхідними, підвищення суспільної корисності товарів і послуг, їх якості та споживчих властивостей;
- 4) певний регулюючий вплив на економіку в цілому, на пропорції між різними сферами та галузями економіки приведення у відповідність платоспроможного попиту і пропозиції, нагромадження і споживання та інших пропорцій;
- 5) сприяння контролю споживачів за виробництвом, вирівнювання цін;
- 6) посилення конкуренції між виробниками товарів і послуг у межах окремих країн і світового господарства.

2. Сучасний ринок продукції (послуг) та конкуренція.

Сучасний ринок надзвичайно строкатий, багатосегментний. Він суттєво відрізняється від ринку епохи вільної конкуренції. Йому властиві такі риси:

- – гарантований збут великої кількості товарів;
- – ринкова економіка;
- – розвинена система соціального захисту населення;
- – державна активність у регулюванні фінансової, кредитної та цінової політики;
- – розвиток нових сегментів (ринок інформації та ін.); розвинена інфраструктура.

Основним різновидом сучасного ринку є **ринок товарів і послуг**, який включає у свою структуру такі важливі складові елементи: ринок предметів споживання і ринок виробничих ресурсів, який об'єднує ринок робочої сили, ринок засобів виробництва і ринок землі.

3. Принципи поведінки суб'єктів господарювання на ринку.

Базові принципи:

- Принцип соціального партнерства визначає будь-яку розвинуту ринкову економіку як соціально орієнтовану. Соціально відповідальна поведінка усіх суб'єктів господарювання забезпечує необхідний суспільний консенсус, надійне партнерство підприємців та інших соціальних прошарків населення, громадських організацій.
- Принцип свободи підприємництва забезпечується правами підприємства у сфері здійснення його діяльності: 1) можливістю самостійної економічної діяльності трудових колективів; 2) самостійністю в організації виробництва та його ресурсному забезпеченню; 3) незалежністю в прийнятті будь-яких господарсько-управлінських рішень; 4) реальним правом розпоряджатися власним майном та одержаним доходом.

Локальні принципи:

- спільність комерційних інтересів і постійного пошуку способів максимального задоволення потреб споживачів;
- взаємовигідність ділових відносин, що передбачає достатність прибутку для партнерів за господарськими договорами;

- рівноправністю у взаємовідносинах, яка означає однакову відповідальність за порушення умов договору, альтернативу вибору контрагентів;
- прагнення до постійного інвестування у виробництво і створення нових робочих місць тощо.

4. Поняття і зміст маркетингу.

Маркетинг (англ. *marketing*) — це діяльність для формування попиту та задоволення потреб споживачів. У широкому сенсі призначення маркетингу полягає в «визначенні та задоволенні людських і суспільних потреб».

Аспекти маркетингу:

1. аналітичний аспект (розуміння ринків);
2. активний аспект (проникнення на ринки);
3. ідеологічний аспект.

5. Принципи та цілі маркетингової діяльності.

До основних принципів маркетингу відносять :

- 1) орієнтацію на споживачів;
- 2) комплексність;
- 3) гнучкість і адаптивність;
- 4) концентрацію зусиль на найбільш важливих завданнях, що коштують перед фірмою;
- 5) націленість на перспективу;
- 6) сполучення адаптивності із впливом на споживачів;
- 7) програмно-цільовий підхід.

6. Основні функції та суб'єкти маркетингу.

Функції маркетингу

1. аналітична (вивчення ринку, споживачів, конкурентів, товарної структури ринку, аналіз внутрішнього середовища підприємства),
2. виробнича (організація виробництва нових товарів, матеріально-технічного постачання, управління якістю і конкурентноздатністю продукції),
3. збуту (організація системи руху товарів, проведення цілеспрямованої товарної політики, організація сервісу, проведення цілеспрямованої політики збуту),
4. управління та контролю (планування, інформаційне забезпечення, комунікаційне забезпечення управління маркетингом, моніторинг та аналіз).

Під **суб'єктами маркетингу** розуміються виробники та підприємства обслуговування, оптові і різні торгові організації, фахівці з **маркетингу**, а також різні споживачі.

7. Еволюція маркетингу та основні концепції маркетингу.

Концепції маркетингу:

1. вдосконалення виробництва (пріоритет виробництву);
2. вдосконалення товару (пріоритет товару);
3. інтенсифікації зусиль збуту (пріоритет продажу);
4. традиційна концепція маркетингу (пріоритет потребам споживачів);
5. соціально-етичного маркетингу (пріоритет інтересам суспільства).

8. Стратегія і тактика маркетингу.

Стратегія маркетингу — основний спосіб досягнення маркетингових цілей, формуючи та конкретизуючи відповідну структуру комплексу маркетингу. Стратегія маркетингу показує з яким продуктом, на які ринки, з яким обсягом продукції необхідно виходити для досягнення поставлених цілей.

Для розробки маркетингової стратегії фірми необхідно послідовно реалізувати конкретні стратегічні рішення: Постановка цілей. Маркетингові цілі — це конкретні якісні та кількісні зобов'язання фірми. Для

вибору прийнятної маркетингової стратегії потрібно узгодити цілі маркетингу із загальними цілями підприємства з метою запобігання протиріччям маркетингової стратегії та загальної стратегії розвитку підприємства. Вони виражаються в показниках обсягу продажу або прибутковості за певний час у вигляді умов, котрі мають бути досягнуті до цього часу.

9. Основні тенденції розвитку сучасного маркетингу.

З огляду на сучасну наукову думку, можна зазначити такі тенденції розвитку маркетингу:

1. Для ненасичених ринків є характерним маркетинг, «зорієнтований на продукт», а сучасний маркетинг - це «маркетинг зорієнтований на споживача». Проте найбільш провідним підприємствам під силу здійснювати «змішаний маркетинг», зорієнтований як на продукт, так і на споживача.

2. Сучасний маркетинг можна назвати «інноваційним» та стратегічним. Інноваційний підхід - це операційний маркетинг, що складається зі стратегічного маркетингу, а саме, аналізу сегментації, привабливості, рівня конкурентоспроможності, ретельного вивчення бюджету, а також контролю за стратегією та розвитком.

Лекція № 1.5

Тема лекції: Товарна та цінова політика суб'єктів ринкових відносин План лекції.

1. Товарна політика суб'єктів ринкових відносин маркетингової орієнтації.
2. Товар і послуга як об'єкти маркетингової товарної політики.
3. Формування асортименту і управління ним.
4. Товарна марка, пакування, кодування товару.
5. Сервіс у системі товарної політики.
6. Сутність та зміст маркетингової цінової політики.
7. Методи визначення ціни товару суб'єктами ринкових відносин.
8. Фактори, які визначають чутливість покупців до рівня цін.
9. Структура ціни в умовах ринкової економіки.
10. Модифікація цін для стимулювання збуту.
11. Оцінка помилки ризику у встановленні цін.

Література: [1]; [2]; [3]; [10], [18]; [19].

Зміст лекції

1. Товарна політика суб'єктів ринкових відносин маркетингової орієнтації.

Товарний маркетинг — це маркетинг, що зосереджує увагу підприємця на якості, функціональних характеристиках товару, тобто товарній політиці як на основному інструменті досягнення комерційного успіху. Мета: отримання прибутку за рахунок поліпшення якості, властивостей, характеристик і конкурентоспроможності товарів.

Основним завданням товарної політики є створення такого товару чи послуги і такого управління ними, щоб інші елементи маркетингової діяльності або були непотрібні взагалі, або ж використовувались мінімально як допоміжні для досягнення фірмою визначеної мети.

2. Товар і послуга як об'єкти маркетингової товарної політики.

Найважливішою частиною маркетингової товарної політики є розробка товарів (послуг). Це створення нових товарів, які дадуть змогу фірмі:

- здійснити прорив на ринок;
- перемагати конкурентів;

- отримати високі доходи;
- посилити увагу споживачів до товару;
- зберегти і розширити свій ринок;
- збільшити доходи і прибуток.

3. Формування асортименту і управління ним.

Формування асортименту - це визначення набору груп, видів і різновидів товарів, найбільш пріоритетним для обслуговується сегмента і забезпечує економічну ефективність діяльності підприємства.

Для вивчення процесу формування асортименту необхідні знання наступних основоположних понять.

Широта асортименту - кількість груп і підгруп товарів, включених в асортимент магазину. За їх питомою вагою в товарообігу і запаси розрізняють асортиментну структуру спеціалізованих і універсальних магазинів.

Глибина асортименту - кількість видів і різновидів (найменувань) товарів усередині груп і підгруп в асортименті магазину.

Наприклад, широта асортименту універмагу з торговою площею 650 м² представлена групами: тканини, швейні вироби, трикотажні товари, взуття та галантерея. 99 різновидів тканин, 316 різновидів швейних виробів, 316 різновидів трикотажних товарів і 339 різновидів взуття визначають глибину асортименту даного магазину.

Структура асортименту - це співвідношення груп, підгруп, видів і різновидів товарів в асортименті магазину. Вона характеризується показниками широти (макроструктура) і глибини (мікроструктура).

Повнота асортименту - це відповідність фактичної наявності товарів на торговельному підприємстві затвердженим асортиментним переліком.

Стійкість (стабільність) асортименту - це безперебійне наявність у продажу товарів за їх видами і різновидами, заявленим в асортиментному переліку.

Оновлюваність асортименту - поповнення асортименту новими різновидами товарів відповідно до асортиментної політикою підприємства.

4. Товарна марка, пакування, кодування товару.

Товарна марка – це ім'я, назва, символ, малюнок чи їх поєднання, призначені для ідентифікації товарів чи послуг даного продавця і диференціації їх від товарів конкурентів.

Товарний знак – це товарна марка, що зареєстрована у встановленому порядку і має юридичний захист.

Товарний знак є об'єктом промислової власності, його *юридичний захист* здійснюється на основі Закону України „Про охорону прав на знаки для товарів та послуг“, прийнятого 15 грудня 1993 р. Офіційну реєстрацію товарних знаків (ТЗ) виконує Держпатент України.

Зареєстрований товарний знак, як звичайно, супроводжується буквою Куколі, іноді – позначенням ТМ (від англійської назви ТЗ – „Trade mark“, що часом дослівно перекладають як „торгова марка“).

Згідно із Законом України офіційно зареєстрованими елементами ТЗ *не можуть бути*:

- герби і прапори держав;
- емблеми, скорочення чи повні найменування міжнародних організацій (приміром, Червоний Хрест, ООН, ЮНЕСКО);
- родові назви товарів;
- знаки, що дуже подібні до ТЗ відомих фірм.

У 1994 р. Україна приєдналася до „Паризької конвенції“ – міжнародної організації, утвореної у 1883 р., яка контролює норми охорони промислової власності. Відтепер товарні знаки українських виробників мають юридичний захист на територіях усіх країн-учасниць „Паризької конвенції“.

5. Сервіс у системі товарної політики.

Високоякісний сервіс - це невідмінна умова ринкового успіху товару. За відсутності сервісного обслуговування товар утрачає свою споживчу цінність (або частину її), стає неконкурентоспроможним і відкидається покупцем. Правильно організований сервіс, що супроводжує виріб протягом усього його життєвого циклу в споживача, забезпечує його постійну готовність до нормального споживання і працездатність.

Основні задачі системи сервісу:

1. Консультування потенційних покупців перед придбанням ними виробів даного підприємства, що дозволяє їм зробити усвідомлений вибір.
2. Підготовка персоналу покупця (або його самого) до найбільш ефективної і безпечної експлуатації техніки, яку купляють.
3. Передача необхідної технічної документації, що дозволяє фахівцям покупця належним м виконувати свої функції.
4. Передпродажна підготовка виробу, щоб уникнути найменшої можливості відмовлення в його роботі під час демонстрації потенційному покупцеві.

6. Сутність та зміст маркетингової цінової політики.

Маркетингова цінова політика — це комплекс заходів стосовно визначення відпускної ціни, знижок, умов оплати за товари чи послуги, управління цінами з урахуванням побажань та можливостей споживачів, а також одночасного забезпечення прибутку підприємства-товаровиробника чи продавця.

Залежно від форм реалізації розрізняють пряму й опосередковану маркетингову цінову політику. **Пряма маркетингова цінова політика** полягає в попередньому розрахунку цін і їх наступному регулюванні залежно від змін ринкової кон'юнктури. **Опосередкована маркетингова цінова політика** — в опрацюванні системи знижок, умов оплати, поставок, торговельного кредитування.

За рівнем гнучкості розрізняють маркетингову політику стабільних та гнучких цін, а за видом товарів — маркетингову цінову.

7. Методи визначення ціни товару суб'єктами ринкових відносин.

Ринкова економіка – це економіка, в якій процес виробництва здійснюється суб'єктами різних форм власності і яка зорієнтована не на клан, а, насамперед, на задоволення потреб споживача. Внаслідок цього принципово змінюються і підходи до процесу ціноутворення (встановлення цін на товари і послуги).

При ринковому ціноутворенні реальний процес формування цін відбувається не на виробництві, а у сфері реалізації продукції, тобто на ринку під дією попиту і пропозиції, товарно-грошових відносин. Ціна товару та його користь проходять перевірку на ринку і остаточно формуються на ньому.

Отже, окрім традиційних чинників зміни цін, що діяли в адміністративній економіці (собівартість, прибуток, якість) в ринкових умовах з'являється цілий ряд додаткових факторів, зокрема: попит та пропозиція, наявність конкурентного середовища, фактор державного регулювання.

8. Фактори, які визначають чутливість покупців до рівня цін.

При ринковому ціноутворенні безпосередній вплив на формування ціни справляють:

Попит, який представляє інтереси споживачів у задоволенні їх потреб. При цьому чинниками, що істотно впливають на попит населення, є:

- кількість споживачів;
- споживацькі очікування;
- платоспроможність споживачів;
- ціна на аналогічні товари інших продавців на ринку.

Пропозиція товарів, послуг на ринку, що представляє інтереси продавців. Чинниками впливу на пропозицію товарів та послуг на ринку є:

- кількість продавців;
- вартість ресурсів;
- організація виробничого процесу;

- прогноз розвитку економіки.

Важливим фактором впливу на формування ціни в ринкових умовах господарювання виступає державне регулювання процесом ціноутворення.

До основних регуляторів, які в процесі ринкового ціноутворення представляють інтереси держави належать:

- антимонопольні органи;
- фіскальні органи;
- контролюючі органи.

Усі вищезазначені фактори впливу на формування ринкової ціни представляють інтереси суб'єктів економічних відносин, кожен з яких прагне максимального їх задоволення.

9. Структура ціни в умовах ринкової економіки.

Ціноутворення - це процес встановлення цін на товари та послуги. При ринковому ціноутворенні реальний процес формування цін відбувається не на виробництві, не на підприємстві, а у сфері реалізації продукції, тобто на ринку під дією попиту і пропозиції, товарно-грошових відносин. Ціна товару та його користь проходять перевірку ринком і остаточно формуються на ринку. Кожна фірма ставиться до проблем ціноутворення по-своєму. В дрібних фірмах ціни зазвичай встановлюються головним керівником. У великих компаніях проблемами ціноутворення, як правило, займаються керівники середнього рівня. Однак і тут керівництво подає загальні установки, формує цілі політики цін, затверджує ціни, запропоновані керівництвом нижчих ешелонів. У галузях, де фактори ціноутворення відіграють вирішальну роль (аерокосмічна промисловість, залізниці, нафтодобувна промисловість та ін.), фірми часто створюють відділи цін, які розробляють ціни або допомагають робити це іншим підрозділам. Процес ціноутворення здійснюється на основі методології. Методологія ціноутворення — це сукупність найбільш загальних правил формування ціни, пов'язаних в основному з макроекономічними особливостями господарської системи, а також із різними сферами ціноутворення. У зв'язку з цим методологічні принципи можуть бути загальними як для економіки в цілому, так і для групи суміжних галузей, виробництв. Загальні методичні правила визначаються законодавчими органами країни. Найважливішими елементами методології ціноутворення є принципи ціноутворення: · науковість; · цільова спрямованість; · безперервність; · єдність процесу ціноутворення.

10. Модифікація цін для стимулювання збуту.

Тактика ціноутворення - це набір практичних заходів з керування цінами на товари та послуги, що використовуються з метою вирішення конкретних завдань підприємства.

Види модифікованих цін для стимулювання попиту:

1. Ціна-приманка – це зниження цін на товари відомих фірм, з метою приваблення покупців до магазину.
2. Ціни спеціальних заходів – це зниження цін під час проведення певних заходів.
3. Вигідні процентні ставки при продажі товарів в кредит.
4. Компенсації – виплати кінцевому споживачу виробником за те, що він виконав певні умови виробника.
5. Гарантійні умови та договір про технічне обслуговування.
6. Психологічна модифікація – продаж більш дешевих товарів разом з більш дорогими.

11. Оцінка помилки ризику у встановленні цін.

Помилка в ціні на 1% призводить до втрат не менше 1% виторгу від реалізації (а при еластичності ринкового попиту на продукцію до 2–3%). При рентабельності продукції 10–12% один відсоток помилки в ціні може призвести до втрати 5–10% прибутку (а при еластичному попиті ці втрати можуть бути більші у 2–3 рази).

Цінові ризики – це можливість (загроза) втрати ринковим суб'єктом частини прибутків у результаті здійснення певної діяльності.

Основними чинниками цінових ризиків є:

- необґрунтоване визначення принципів ціноутворення;

- неправильний вибір критеріїв встановлення цілей цінової політики;
- помилки, пов'язані з оцінкою ступеня впливу факторів ціноутворення;
- відставання темпів росту цін від інфляції;
- ігнорування цінової чутливості споживачів при формуванні конкурентних цін;
- необґрунтований вибір методу ціноутворення;
- відсутність гнучкого механізму корегування цін.

Лекція № 1.6

Тема лекції: Прогнозування та планування діяльності суб'єктів ринкових відносин План лекції.

1. Прогнозування діяльності суб'єктів ринкових відносин: сутність, функції, типи та методи.
2. Види прогнозів та сфери їх застосування.
3. Сутність планування та різновиди планів суб'єктів ринкових відносин.
4. Планування як функція управління, його принципи та методи.
5. Система планів суб'єктів ринкових відносин, їх зв'язок та порядок розроблення.
6. Стратегічне планування і формування стратегії розвитку суб'єктів ринкових відносин.
7. Тактичне планування виробничої діяльності суб'єктів ринкових відносин.
8. План виробничої діяльності.
9. Бізнес-планування, його характеристика.

Література: [1]; [2]; [3]; [10], [15].

Зміст лекції

1. Прогнозування діяльності суб'єктів ринкових відносин: сутність, функції, типи та методи.

Прогнозування — це процес передбачення майбутнього стану підприємства, що ґрунтується на наукових методах пізнання економічних явищ, його внутрішнього і зовнішнього середовища, а також можливих способів і термінів досягнення очікуваних кількісних і якісних результатів.

Найважливішими **функціями прогнозування** в системі стратегічного планування є:

- 1) визначення можливих цілей і напрямів розвитку підприємства;
- 2) оцінка економічних, соціальних, технічних, наукових, екологічних результатів реалізації кожного з можливих варіантів розвитку підприємства;
- 3) визначення заходів щодо забезпечення реалізації можливостей та послаблення загроз кожного з можливих варіантів розвитку прогнозованих подій;
- 4) оцінка необхідних витрат та ресурсів для впровадження розроблених заходів.

2. Види прогнозів та сфери їх застосування.

Види прогнозів можна класифікувати за кількома ознаками.

1. Часовий інтервал:

- короткострокові (наприклад, тижневі і місячні прогнози руху готівки);
- середньострокові (до 5 років);
- довгострокові (до 15 років і більше).

2. Тип прогнозування:

- прогнозування «на творчому баченні»;

- пошукові;
- нормативні.

3. Можливість впливу підприємства на своє майбутнє:

- активні - передбачають можливість активних дій підприємства щодо проектування власного майбутнього, його реального впливу на зовнішнє середовище;
- пасивні - передбачають можливість самостійного, незалежного від дії підприємства розвитку зовнішніх процесів, і підприємство через ряд причин (відсутність коштів, присутність сприятливих в цілому тенденцій розвитку та ін.) не має наміру впливати на своє середовище.

4. Ступінь імовірності:

- інваріантні (ймовірність прогнозованих подій велика, підприємство розраховує на високий ступінь визначеності майбутнього середовища, прогноз містить тільки один варіант розвитку і переважно базується на екстранормативному підході до прогнозування, продовженні ситуації, що склалась);
- варіантні (мають в основі передбачення велику невизначеність майбутнього середовища і тому наявні кілька ймовірних станів підприємства в майбутньому).

Кожен із варіантів враховує специфічні стани підприємства і, виходячи з цього, визначає основні параметри діяльності. Такі варіанти майбутнього стану підприємства називаються сценаріями. Як правило, розробляють три види сценаріїв: оптимістичний, песимістичний, очікуваний (найбільш імовірний).

5. Способи представлення результатів:

- точкові - передбачають, що певний варіант прогнозу містить одне значення прогнозованого показника (наприклад, ціни на автомобілі зростуть у IV кварталі на 10%);
- інтервальні - передбачається деякий інтервал, діапазон значень прогнозованого показника (наприклад, ціни на автомобілі зростуть у II кварталі на 10-15%):

3. Сутність планування та різновиди планів суб'єктів ринкових відносин.

Суть планування полягає в розробці та обґрунтуванні цілей, визначені найкращих методів і способів їх досягнення при ефективному використанні всіх видів ресурсів, необхідних для виконання поставлених завдань і встановленні їх взаємодії.

Сам процес планування проходить чотири етапи:

розробку загальних цілей;

визначення конкретних цілей на даний період з послідуною їх деталізацією;

визначення шляхів і способів досягнення цілей;

контроль за процесом досягнення поставлених цілей шляхом співставлення планових показників з фактичними та коригування цілей.

За змістом і формою прояву розрізняють такі види (форми) планування і планів:

Директивне планування — це процес прийняття рішень, які мають обов'язковий характер для об'єктів планування.

Індикативне планування є найбільш розповсюджена у всьому світі форма державного планування макроекономічного розвитку.

Залежно від терміну, на який складається план, і ступеня деталізації планових розрахунків прийнято розрізняти довгострокове (перспективне), середньострокове і короткострокове (поточне) планування.

За складом планових рішень розрізняють:

- а) стратегічне планування;
- б) поточне (оперативно-календарне планування);
- в) зведене планування загальних результатів та фінансове планування.

4. Планування як функція управління, його принципи та методи.

Сутність планування, як функції управління підприємством, полягає в обґрунтуванні цілей і шляхів їх досягнення на основі виявлення комплексу завдань і робіт, а також визначення ефективних методів, способів і ресурсів всіх видів, необхідних для виконання цих завдань та встановлення їх взаємозв'язку. Планування є основною ланкою та організаційним початком всього процесу реалізації цілей підприємства.

Принципи планування

Методологія планування базується на трьох складових: принципи планування, теорії планування і методи планування. Всі складові взаємозумовлені й доповнюють один одного.

Принципи планування - основні положення, що є вихідною базою для розробки планів будь-якого господарюючого суб'єкта.

До найважливіших принципів планування відносяться:

науковість: відображення в теорії і методах планування вимог об'єктивних економічних законів. Ці закони мають об'єктивний характер і виявляються як тенденції перебігу економічних процесів. До економічних законів відносяться: попит та пропозиція, гранична корисність ресурсу, ефект масштабу та ін. Їх дія обумовлює необхідність планування і відображається у змісті та структурі планів господарюючого суб'єкта, в економічних методах управління, вихідною основою яких є система планування;

системність: підхід до підприємства як до складної виробничої соціально-економічної системи, що складається з ряду підсистем. Їх функціонування взаємопов'язано і впливає на ефективність всієї системи. У той же час підприємство є базовим елементом систем федерального і регіонального рівнів. Внаслідок цього система планування повинна пов'язувати в єдине ціле плани окремих підрозділів, всі види планів самого підприємства, а також враховувати вплив економічного середовища більш високого рівня: федерального і регіонального;

цілеспрямованість планів: розробка ієрархічної системи цілей: генеральні, стратегічні і тактичні цілі; програми робіт та заходи. Плановані цілі повинні мати ресурсне, організаційне, інформаційне та методичне забезпечення. Передбачені в планах генеральні і стратегічні цілі є основою для розробки стратегічного плану. Вони деталізуються в тактичні завдання, на підставі яких розробляються тактичні плани. Подальша їх деталізація та уточнення відбуваються в поточних і оперативних планах;

комплексність: відображення при плануванні діяльності всіх виробничих і управлінських підрозділів, а також облік фактичного і прогнозованого рівня розвитку техніки і технологій, організації виробництва і управління. Реалізація цього принципу знаходить відображення в розробці системи планів (стратегічних, тактичних, оперативних) і взаємопов'язаних показників. Усяке кількісна і якісна зміна як зовнішніх, так і внутрішніх умов повинні відображатися в планах і показниках і враховуватися в економічних і соціальних результатах діяльності підприємства;

збалансованість та ресурсне забезпечення планів: використання при розробці ресурсного забезпечення планів балансових методів планування, які порівнюють потреба в ресурсах і джерелах їх покриття. Балансові методи планування забезпечують безперебійний хід виробничого процесу. Виділяють кілька видів балансів: виробничих потужностей, матеріально-технічного забезпечення, трудових ресурсів, фінансових коштів та ін. Розробка, аналіз і контроль балансів є запорукою обґрунтованості планів і передумовами їх успішного виконання;

безперервність (перманентність): процес планування адекватний безперервному протіканню всіх бізнес-процесів, що є одним з головних принципів їх раціональної організації. Принцип реалізується через систему взаємопов'язаних планів: перспективного (стратегічного або довгострокового), тактичного (середньорічного), оперативного. Кожен з видів планів розробляється з різним ступенем точності, яка визначається обраним періодом планування. Чим тривалішою той чи інший період, тим нижче точність плану. Безперервність і точність планів доповнюються їх аналізом і коригуванням при зміні внутрішнього і зовнішнього середовищ. Обґрунтованість і якість планових завдань визначається зближенням планового і фактичного рівнів показників. Вимогу **точності** у розробці планів повинна відповідати система оперативно-календарного планування;

гнучкість: своєчасна реакція на зміну зовнішнього середовища. Зміна ринкової кон'юнктури створює на підприємстві об'єктивні умови для коригування планів і внесення комплексних змін. Тому всі плани (як показує світова практика) повинні мати резерви виробничих потужностей (10-15%) і запаси матеріальних ресурсів на нормативному рівні;

оптимальність: передбачає вибір найбільш доцільного методу використання ресурсів шляхом розробки оптимального варіанту плану з погляду прийнятого критерію (наприклад, максимізація прибутку, мінімізація витрат). Процес планування відноситься до оптимізації виробничої потужності, виробничої програми, завантаження устаткування. Крім того, вимоги завантаження падаючої віддачі

викликає необхідність в якості обмежувачів оптимального плану використовувати показники граничного доходу, рівня витрат, чисельності персоналу, точки беззбитковості;

принцип ефективності: вимагає розробки такого варіанту плану, який при обмежених ресурсах забезпечить максимум ефективності (прибутку). Крім того, витрати на сам процес планування не повинні перевищувати ефект від його реалізації;

участь: передбачається активна участь всього персоналу підприємства в розробці планів, а також у пошуку внутрішньовиробничих резервів підвищення ефективності функціонування підприємства;

індикативність: рекомендаційний характер розроблюваних державних планів. Економічний стан підприємства відображає система показників (індикаторів) - державні інвестиції, податки, тарифи, мита. Індикатори дозволяють вивести підприємство (при збереженні економічної свободи), на новий рівень розвитку.

Методи планування - способи, прийоми, процедури за допомогою яких здійснюється розробка планів підприємства. *Частіше використовується не один, а комплекс методів, що сприяє забезпеченню якості розроблених планів.*

Нормативний метод

Розрахунок потреб підприємства у необхідних ресурсах на плановий період здійснюється на основі системи прогресивних норм і нормативів.

- **Норма** - це абсолютна максимально допустима величина використання ресурсів (сировини, матеріалів, палива) для виготовлення одиниці продукції (послуг).
- **Норматив** - це відносна величина, що визначає ступінь використання ресурсів.

Розрахунково-аналітичний метод

Балансовий метод

Програмно-цільовий метод

Факторний метод

Граничний аналіз

Норма прибутку на вкладений капітал

Метод дисконтування

Методи оперативно-календарного планування

Метод сценаріїв

Аналіз чутливості

Перевірка стійкості

Метод екстраполяції

Метод експертних оцінок

Кореляційний аналіз

Методи теорії ігор

Метод теорії розкладів

Метод «дерево рішень»

Методи математичного програмування

Імітаційне моделювання

Сіткові методи планування

5. Система планів суб'єктів ринкових відносин, їх зв'язок та порядок розроблення.

У методології управління сучасними провідними підприємствами сформувалась така система планів господарської діяльності: 1) план виробництва та реалізації продукції; 2) план підвищення технічного рівня підприємства, його модернізації та реконструкції: план науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт; план освоєння інших видів продукції (товарів, робіт, послуг); план технічного переобладнання, освоєння нових технологій; план удосконалення організації та планування матеріально-технічного забезпечення; план підвищення продуктивності праці; 3) план удосконалення організаційної структури підприємства: план управління кадрами; план підвищення кваліфікації працівників; план удосконалення системи оплати праці та матеріального стимулювання; план по собівартості продукції (робіт, послуг); 5) план по налагодженню зовнішньоекономічних зв'язків; 6) фінансовий та інвестиційний план; 7) плани господарської діяльності окремих підрозділів, дочірньої компанії та інших

структурних одиниць; 8) план природоохоронних та ресурсозберігаючих заходів; 9) оцінка можливих ризиків діяльності підприємства. Календарні плани виробництва складаються на основі відомостей про наявність замовлень, забезпеченості їх матеріальними ресурсами, міру завантаження виробничих потужностей та їх використання з урахуванням обумовлених строків виконання кожного замовлення. У них передбачають витрати на реконструкцію наявних потужностей, заміну обладнання, побудову нових підприємств, навчання персоналу, визначають виробниче навантаження підприємства (обсяг виробництва, який формується згідно з календарним планом, що базується на замовленнях споживачів і прогнозах реалізації продукції). У плани по збуту продукції (наданню послуг) включають показники по експорту продукції, наданню технічних послуг та обслуговуванню. Оперативні плани реалізуються через систему бюджетів або фінансових планів, які складаються на рік або на більш короткий термін по кожному окремому підрозділу – центру прибутку, а потім консолідуються в єдиний бюджет або фінансовий план фірми. Бюджет формується на основі прогнозу збуту для досягнення намічених планом фінансових показників (наприклад, обсяг продажу, чистий прибуток, норма прибутку та інвестований капітал тощо). У виробничому відділенні розробляються окремо план виробництва, план реалізації, план капіталовкладень, фінансовий план. Фінансовий план узагальнює підсумки інших видів планів.

6. Стратегічне планування і формування стратегії розвитку суб'єктів ринкових відносин.

Стратегічне планування (англ. *strategic planning*) — це довгострокове планування на основі проміжних цілей. Стратегія визначається головною ціллю та проміжними цілями, які дозволяють досягнути головної цілі. Цілі, які визначають стратегічний план, називають стратегічними цілями. Стратегія також визначає, звідки взяти ресурси для досягнення цілей і як їх розподілити.

7. Тактичне планування виробничої діяльності суб'єктів ринкових відносин.

Планування діяльності організації на **тактичному рівні** (ділове планування) передбачає виконання стратегічних цілей та залучення для цього необхідних ресурсів. Результати тактичного планування оформляють, як правило, документом про економічний та соціальний розвиток підприємства. Плани реалізації конкретних підприємницьких проектів (плани реконструювання, впровадження нових технологій, створення підприємств тощо), які вимагають залучення інвестицій, розробляють у формі бізнеспланів.

8. План виробничої діяльності.

Центральною ланкою плану економічного і соціального розвитку підприємства є **план виробництва і реалізації продукції**, який також носить назву **виробнича програма** підприємства. Головне завдання виробничої програми полягає у максимальному забезпеченні потреб споживачів у високоякісній продукції при найбільш оптимальному використанні ресурсів підприємства. Виробнича програма є ядром всієї системи економічного і соціального планування і на її виконання спрямована уся інша планова діяльність підприємства. Тобто, виконання будь-яких інших видів планів мало чого вартує, якщо план виробництва і реалізації продукції залишиться невиконаним. Важливо зазначити, що виробнича програма та усі інші види планів мають відповідати принципу пропорційності, тобто взаємній скоординованості.

9. Бізнес-планування, його характеристика.

Бізнес-план (англ. *Business plan*) — це техніко-економічне обґрунтування діяльності підприємств у ринкових умовах, програма його діяльності; він характеризує модель підприємства в майбутньому. Він складається для діючого підприємства, нового виду діяльності або продукції, для нового підприємства. Він потрібен керівникові фірми, акціонерам, інвесторам.

Мета бізнес-планування

- визначення рівня життєздатності та стійкості підприємства;
- виявлення сильних та слабких сторін фірми;
- конкретизація стратегії розвитку через систему кількісних і якісних показників;
- забезпечення підтримки інвесторів та акціонерів;

- зниження ризиків підприємницької діяльності.

Бізнес-план розробляють для пошуку подальших резервів зменшення витрат і зростання доходів з метою забезпечення зростання прибутків підприємства. Бізнес-план являє собою специфічний документ, що описує основні аспекти майбутньої діяльності підприємства з реалізації будь-якої інвестиційної програми або будь-якої бізнес-ідеї у принципі. При цьому при розробці бізнес-плану особлива увага повинна приділятися не тільки визначенню очікуваного обсягу прибутку від реалізації бізнес-ідеї, а й вивченню умов на ринку даних послуг, виявленню можливостей розширення обсягів їх реалізації у майбутньому, можливих джерел фінансування проєкту з урахуванням умов отримання кредиту та строків його погашення.

Види бізнес-планів

- План, що повинний скласти кожен потенційний підприємець. У цьому документі міститься вся інформація про товар чи послугу, що збирається пропонувати нова компанія, ринковий потенціал, можливу конкуренцію (продукти-замінники), ресурси, необхідні для виробництва (персонал, приміщення, устаткування, матеріали, техніка тощо), необхідний капітал (інвестиції, операційні ресурси) і наявний капітал, потреби у фінансах («пасивний»/венчурний капітал, позики, гранти), заплановану оборотність засобів і результати діяльності за 3-5 років. Цей документ включає всю інформацію про те, як має розвиватися бізнес, і є абсолютно необхідним для контролю прогресу розвитку підприємства.

- Документ, який підготовлюється керівництвом компанії, що викупується, (можливо укладається разом із професійними консультантами), у якому докладно характеризується минуле, дійсне і передбачуване майбутнє пропонованої до викупу компанії, з метою зміцнення її майбутнього фінансового стану. У бізнес-плані міститься ретельний аналіз керівництва компанії, її матеріальних, трудових, виробничих і фінансових ресурсів, а також дані про минулу діяльність компанії та її поточне положення на ринку. У бізнес-плані також представлені докладно складені форми звіту про прибутки і збитки, балансу і звіту про рух готівки за прогнозами на один-три роки вперед і робляться менш детальні прогнози на віддаленіші терміни. У документі повно і докладно викладаються ідеї ініціативної групи, що підготовляє викуп, її стратегія і поставлені задачі, відповідно до яких згодом будуть аналізуватися результати роботи компанії.

Лекція № 1.7

Тема лекції: Персонал суб'єктів ринкових відносин

План лекції.

1. Трудові ресурси на суб'єктів ринкових відносин (трудові відносини, наукові принципи організації праці, трудовий договір або контракт).
2. Структура персоналу суб'єктів ринкових відносин, чинники, що впливають на неї.
3. Кадрова політика суб'єктів ринкових відносин та управління персоналом.

Література: [1]; [2]; [3]; [10], [18]; [19].

Зміст лекції

1. Трудові ресурси на суб'єктів ринкових відносин (трудові відносини, наукові принципи організації праці, трудовий договір або контракт).

Трудові ресурси (або також **трудові резерви**) — поняття «марксистсько-ленінської» (комуністичної, сталінської або так званої «табірної») політичної економії.

Мається на увазі те, що в сучасній економічній науці зветься працездатною частиною населення.

Трудові ресурси (або також **трудові резерви**) — це частина працездатного населення: чоловіки віком від 15 до 70 років та жінки віком від 15 до 65 років.

Трудові відносини — врегульовані нормами трудового права суспільні відносини, що виникають як результат впливу норм трудового права на поведінку суб'єктів трудової діяльності в результаті

укладення трудового договору, внаслідок якого між ними виникають правові зв'язки, а також відносини з приводу встановлення умов праці на підприємстві, навчання й перекваліфікації за місцем роботи та відносини, пов'язані з наглядом і контролем за додержанням трудового законодавства, вирішенням трудових спорів та працевлаштуванням громадян.

Загальні принципи, які найбільше відображають закономірності організації:

- відповідність організації праці досягнутому техніко-технологічному рівню виробництва;
- оптимальне поєднання поділу і кооперації праці, засобів, предметів праці та робочої сили, розумової і фізичної діяльності працівників;
- нормативність праці та її умов;
- матеріальну і моральну заінтересованість у підвищенні продуктивності праці.

Трудовий договір — договір між працівником і роботодавцем, установи, організації або уповноваженим ним органом (далі власник), за яким працівник зобов'язується виконувати роботу, визначену цією угодою з підпорядкуванням внутрішньому трудовому розпорядку, а власник — виплачувати працівникові заробітну плату і забезпечувати умови праці, необхідні для виконання роботи, передбачені законодавством про працю, колективним договором й угодою сторін. Працівник має право реалізувати свої здібності до продуктивної і творчої праці шляхом укладення трудового договору на одному або одночасно на декількох підприємствах, в установах, організаціях, якщо інше не передбачене законодавством, колективним договором або угодою сторін.

Види Трудового договору. Трудовий договір може бути:

- 1) безстроковим, що укладається на невизначений строк;
- 2) на визначений строк, встановлений за погодженням сторін;
- 3) таким, що укладається на час виконання певної роботи.

Строковий трудовий договір укладається у випадках, коли трудові відносини не можуть бути встановлені на невизначений строк з урахуванням характеру наступної роботи, або умов її виконання, або інтересів працівника та в інших випадках, передбачених законодавчими актами.

Трудовий договір укладається, як правило, в письмовій формі, і також за вимогою працівника

2. Структура персоналу суб'єктів ринкових відносин, чинники, що впливають на неї.

Структура персоналу суб'єктів ринкових відносин є співвідношенням між окремими групами і категоріями його персоналу. Розрізняють такі види структури залежно від класифікаційної ознаки: Робітники - в залежності від відношення до процесу створення продукції поділяються на основні (беруть безпосередню участь у процесі виготовлення продукції) і допоміжні (виконують функції допомоги і обслуговування основного виробництва). В умовах впровадження досягнень НТП у виробництво поділ робітників на основні і допоміжні є умовним. Крім того, такий поділ обумовлюється галузевою приналежністю підприємства. До категорії «робітники» також належать прибиральники, гардеробники, кур'єри, чергові, сторожі, телефоністи, оператори зв'язку, листоноші та ін. Категорії персоналу підприємства Службовці - працівники, які здійснюють господарське обслуговування, підготовку та оформлення документації, функції обліку і контролю (обліковці, табельники, касири, діловоди, архіваріуси, коректори технічної документації, креслярі, стенографісти тощо). Виконання перелічених видів робіт не вимагає тривалої фахової підготовки і високого рівня кваліфікації працівників. Спеціалісти - працівники, які займаються інженерно-технічними, економічними, юридичними та іншими роботами, що вимагають спеціальної висококласної фахової підготовки; до них належать інженери, економісти, соціологи, технологи, ревізори, товаровознавці тощо. Кваліфікаційний рівень цієї категорії персоналу має бути достатньо високим, оскільки саме вони безпосередньо впливають на формування рішень керівного складу працівників підприємства, доводять ці рішення до безпосередніх виконавців, контролюють їх виконання, при необхідності коригують та ін. Керівники - займають посади керівників підприємства та його структурних підрозділів: директори, начальники, завідувачі, головні спеціалісти, майстри, а також заступники керівників, що займають перелічені посади. Керівники підприємства визначають принципові засади функціонування і напрямки розвитку підприємства, затверджують його стратегію поведінки на ринку, формують основи взаємовідносин з конкурентами, постачальниками, споживачами та ін. Разом з тим вони несуть повну відповідальність за ефективність і результати функціонування підприємства.

1. Функціональна структура персоналу підприємства – це кількісне співвідношення між різними категоріями працівників, які відрізняються характером виконуваних функцій; найшвидшими темпами зростає чисельність спеціалістів і службовців, що пояснюється підвищенням технічної оснащеності виробництва, збільшенням обсягів науково-дослідних і управлінських робіт, ускладненням виробничих зв'язків тощо.

2. Професійно-кваліфікаційна структура – це частка працівників різних професій та кваліфікаційних рівнів у загальній чисельності персоналу; зміни у такій структурі можуть бути викликані якісними і кількісними змінами у галузевій структурі виробництва, змінами у технології виробництва та організації праці, в індивідуальних характеристиках самої робочої сили; кваліфікаційна структура визначається окремо для різних категорій персоналу, оскільки вони мають різні кваліфікаційні ознаки. 3. Статева структура персоналу характеризує співвідношення працівників різних статей у загальній чисельності персоналу підприємства; є галузі та виробництва з переважно «жіночою» працею, наприклад, текстильна, трикотажна, швейна. Підприємствам таких галузей необхідно вирішувати низку проблем соціально-економічного характеру. 4. Вікова структура персоналу відображає співвідношення чисельності працівників відповідних вікових груп у загальній чисельності персоналу підприємства.

Структура персоналу підприємства, особливо його професійно-кваліфікаційний склад, формується під впливом різних **чинників**, серед яких можна виділити: ω зростання попиту на кваліфіковану робочу силу, що пояснюється вимогами сучасних техніки, технологій, швидкими темпами оновлення самої продукції; ω нестача на підприємствах кадрів робітничих професій, що є наслідком змін у системі професійної освіти та економічним занепадом низки промислових підприємств; ω перерозподіл персоналу зі сфери промисловості на сільського господарства у сферу ринкової інфраструктури; ω залучення для роботи на підприємствах працівників з більш високим рівнем освіти, ніж є у тих, котрі вибувають за межі працездатного віку; ω невідповідність між реальними потребами (попитом) підприємств у робочій силі певних спеціальностей та кваліфікації та її пропозицією на ринку праці, що є наслідком «перекосів» у системі освіти.

3. Кадрова політика суб'єктів ринкових відносин та управління персоналом.

Кадрова політика є складовою кадрового господарства та економічної політики. Суб'єктами кадрової політики є:

- представники керівництва фірми та представники робітників і службовців у раді організації;
- представники керівників та представники робітників та службовців у спостережній раді;
- комітет із трудових спорів, який розглядає спори між роботодавцями та радою організації та ухвалює обов'язкові для всіх рішення;

Кадрова служба підприємства – це сукупність спеціальних структурних підрозділів у сфері управління підприємством. В обов'язки служби управління персоналом входить управління персоналом в рамках кадрової політики підприємства.

Лекція № 1.8

Тема лекції: Продуктивність та оплата праці

План лекції.

1. Продуктивність праці, показники та методи її вимірювання.
2. Продуктивність живої і суспільної праці.
3. Класифікація резервів підвищення продуктивності праці (підвищення технічного рівня виробництва; поліпшення організації виробництва і праці; зміна зовнішніх умов. Структурна зміна у виробництві.)
4. Сутність заробітної плати в ринковій економіці і принципи її організації.
5. Функції, принципи організації та регулювання заробітної плати.
6. Форми і системи заробітної плати.

7. Фонд споживання суб'єктів ринкових відносин, його складові частини.

Література: [1]; [2]; [3]; [10], [18]; [19].

Зміст лекції

1. Продуктивність праці, показники та методи її вимірювання.

Продуктивність праці - це показник, який характеризує її ефективність і відображає співвідношення обсягу продукції та кількості праці, затраченої на її виробництво.

Рівень продуктивності праці характеризується показником виробітку, який визначається кількістю продукції, виробленої одним працівником за одиницю часу. Методи визначення виробітку можуть бути різними залежно від того, якими одиницями вимірюється обсяг продукції і затрати праці.

Натуральні вимірювачі виробітку визначаються шляхом ділення обсягу виробленої продукції у фізичних одиницях (N) (штуках, метрах, тонах тощо) на кількість затраченого часу в нормо-годинах (t): $V = N / t$, од./год. Цей метод є достатньо точним і достовірним. Однак, його доцільно застосовувати тоді, коли підприємство виробляє однорідну, порівнювану продукцію, або на окремих робочих місцях, дільницях. Якщо ж підприємство випускає кілька видів продукції, яка є подібною, але відрізняється окремими параметрами і характеристиками (об'ємом, калорійністю, продуктивністю тощо), то доцільно використовувати умовно-натуральні вимірювачі продуктивності праці, аналогічно, як визначення натуральних показників обсягу виробництва продукції (див. тему «Планування діяльності підприємства»).

Вартісні вимірювачі продуктивності праці визначаються діленням обсягу виробленої продукції в грошовому виразі (Q) на затрати праці, виражені в середньо-списковій чисельності робітників (Чссп) або відпрацьованій ними кількості людино-днів, людино-годин: $V = Q / \text{Чссп}$, грн./чол. Вони є найбільш універсальними, дозволяють оцінювати рівень виробітку при виробництві принципово різної продукції. Недоліком вартісних вимірювачів є те, що вони залежать від «цінового чинника», тобто необгрунтоване завищення цін на продукцію призводить до фіктивного зростання продуктивності праці.

Трудові вимірювачі виробітку - це ділення обсягу продукції, представленого у затратах робочого часу в нормо-годинах (T), на чисельність робітників (Чр): $V = T / \text{Чр}$, год./чол. Такі показники найчастіше використовуються на робочих місцях при оцінці незавершеного виробництва; сфера їх застосування є досить обмеженою, вони вимагають суворої наукової обгрунтованості використовуваних норм.

2. Продуктивність живої і суспільної праці.

Продуктивність праці (англ. productivity) — це показник трудової діяльності працівників. Характеризує кількість продукції, виробленої за одиницю часу, або витрати часу на виробництво одиниці продукції.

3. Класифікація резервів підвищення продуктивності праці (підвищення технічного рівня виробництва; поліпшення організації виробництва і праці; зміна зовнішніх умов. Структурна зміна у виробництві.)

Резервами росту продуктивності праці є ті можливості її підвищення, які виявлені, але не використані на певний момент на підприємстві з тих чи інших причин. Оцінити такі резерви можна як різницю між максимально можливим рівнем продуктивності праці та реально досягнутим в конкретних організаційно-технічних, виробничих та економічних умовах на підприємстві в даний момент часу.

Резерви росту продуктивності праці поділяються на три групи:

- 1) соціально-економічні (визначають можливості підвищення якості використовуваної робочої сили);
- 2) матеріально-технічні (передбачають застосування більш ефективних засобів виробництва);
- 3) організаційно-економічні (визначають можливості більш ефективного поєднання робочої сили із засобами виробництва). Використання зазначених резервів пов'язане з переліченими вище факторами підвищення продуктивності праці і є практичною реалізацією їх впливу в конкретний момент часу.

4. Сутність заробітної плати в ринковій економіці і принципи її організації.

В економічній теорії, заробітна плата — це ціна робочої сили, яка відповідає вартості предметів споживання і послуг, що забезпечують відтворення робочої сили, задовольняючи фізичні і духовні потреби працівника і членів його сім'ї.

Отже, сутність поняття "заробітна плата" складна, багатомірна і потребує вивчення з різних позицій:

1. Заробітна плата — це економічна категорія, яка відображає відносини між роботодавцем і найманим працівником з приводу розподілу новоствореної вартості.

2. Заробітна плата — це винагорода або заробіток, обчислений, як правило, у грошовому виразі, який за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за викопану роботу.

3. Заробітна плата — це елемент ринку праці, що складається в результаті взаємодії попиту і пропозиції, виражає ціну використання робочої сили.

4. Для найманого працівника заробітна плата — це основна частина його доходу, який він отримує за реалізацію своєї здатності до праці.

5. Для роботодавця заробітна плата — це елемент витрат виробництва, що забезпечує матеріальну зацікавленість працівників у високопродуктивній праці.

5. Функції, принципи організації та регулювання заробітної плати.

Заробітна плата в системі товарно-грошових відносин виконує низку функцій.

Функція заробітної плати відтворювальна полягає в забезпеченні працівників та членів їхніх сімей необхідними життєвими благами для відновлення робочої сили, для відтворення поколінь. Ця функція тісно пов'язана з особливостями державного регулювання заробітної плати, із встановленням на державному рівні такого її мінімального розміру, який забезпечував би відтворення робочої сили.

Функція заробітної плати регульовальна, або ресурсно-розміщувальна, полягає в оптимізації розміщення робочої сили за регіонами, галузями господарства, підприємствами з урахуванням ринкової кон'юнктури. В ринкових умовах вища заробітна плата на ефективніших робочих місцях стимулює перехід сюди працівників з неефективних робочих місць.

Функція заробітної плати соціальна, або розподільча, відображає міру живої праці при розподілі фонду споживання між найманими працівниками і власниками засобів виробництва. Заробітна плата виступає індивідуальною часткою працівника в новоствореному доході. Соціальне значення цієї функції заробітної плати полягає в забезпеченні соціальної справедливості, по-перше, при розподілі доходу між найманими працівниками і власниками засобів виробництва, і по-друге, при розподілі між найманими працівниками у відповідності з результатами їх трудового внеску.

Функція заробітної плати стимульовальна полягає у встановленні залежності її розміру від кількості і якості праці конкретного працівника, його трудового внеску у результати роботи підприємства. Ця залежність повинна бути такою, щоб заохочувати до постійного покращання результатів праці.

Функція формування платоспроможного попиту населення призначена узгоджувати платоспроможний попит населення, з одного боку, і виробництво споживчих товарів — з іншого. Оскільки платоспроможний попит формується під дією двох основних факторів — потреб та доходів населення, то за допомогою заробітної плати в ринкових умовах встановлюються пропорції між товарною пропозицією та попитом.

Для забезпечення реалізації заробітною платою своїх функцій необхідне дотримання таких принципів:

- підвищення реальної заробітної плати на основі зростання ефективності суспільного виробництва та праці;
- диференціація заробітної плати залежно від трудового внеску працівника в результати діяльності підприємства, від соціально-економічної значущості роботи, від місцезположення підприємства, його галузевої належності тощо;
- недопущення дискримінації в оплаті праці за статтю, віком, національністю тощо;
- державне регулювання оплати праці на основі встановлення мінімальної заробітної плати, підтримання певного рівня життя населення;

- врахування впливу ринку праці на рівень оплати праці;
 - простота і зрозумілість форм і систем оплати праці для працівників підприємства. Останні повинні чітко розуміти, від чого саме залежить розмір їхньої заробітної плати.
- На підставі названих принципів створюється організація заробітної плати на підприємстві.

6. Форми і системи заробітної плати.

Розрізняють дві основні форми заробітної плати: погодинну та відрядну.

Погодинна зарплата нараховується робітникам залежно від кваліфікації і фактично відпрацьованого часу. Вона застосовується для оплати праці тих робітників:

виробіток яких неможливо чітко нормувати;

в роботі яких головним є не зростання продуктивності праці, а підвищення якості продукції;

виробіток яких в основному залежить не від їх індивідуальних трудових зусиль, а визначається технологічним процесом.

Функції ж робітника зводяться тільки до налагоджування, спостереження і контролю за роботою обладнання. При погодинній формі величина заробітної плати обчислюється як добуток погодинної ставки і кількості праці. Погодинна оплата передбачає просту погодинну систему, що обумовлює оплату за фактично відпрацьований час та погодинно-преміальну, яка враховує ще й інші моменти: виконання норми, ріст продуктивності праці, якість робіт і продукції, економію ресурсів. Останні десятиріччя характеризуються все ширшим застосуванням погодинної заробітної плати і відповідним скороченням відрядної внаслідок зростання механізації та автоматизації виробництва. У Великій Британії, США, Німеччині і Франції 60-70 % промислових робітників отримують погодинну заробітну плату.

Відрядна форма заробітної плати застосовується на роботах, де праця піддається точному і повному обліку, де широко використовуються норми виробітку. Величина заробітної плати при ній обчислюється як добуток розцінки одиниці виробу і кількості виробів.

Виділяють такі системи відрядної заробітної плати:

пряма відрядна заробітна плата. Вона передбачає прямо пропорційну залежність між зростанням обсягу виробки і збільшенням заробітної плати

відрядно-прогресивна заробітна плата. Суть її полягає в тому, що виготовлена продукція в розмірі норми виробітку оплачується по основних розцінках, а продукція понад норму — за розцінками вищими й зростаючими

відрядно-регресивна заробітна плата. При ній кожному відсотку збільшення виробітку понад норму відповідає приріст заробітку менше одного відсотку. Вона робить не вигідним перевиконання норми виробітку

відрядно-преміальна заробітна плата. При цій системі виготовлена продукція в розмірі норми виробітку оплачується по основних розцінках, а за продукцію, виготовлену понад норму, за дотримання технологічної дисципліни, за безаварійну роботу передбачена премія

акордна заробітна плата. У цьому випадку заробітна плата встановлюється не за кожний виріб або операцію, а за весь обсяг робіт за акордними розцінками

колективна відрядна заробітна плата. При цьому заробітна плата робітника залежить від виробітку бригади, лінії, зміни. Колективний заробіток розподіляється між членами бригади згідно з присвоєними їм розрядами, коефіцієнтами і відпрацьованим часом.

7. Фонд споживання суб'єктів ринкових відносин, його складові частини.

Фонд споживання - частка фонду суб'єктів ринкових відносин, яку скеровують на оплату праці, грошові виплати та заохочення, на сплату дивідендів, процентів, які нараховані по акціях і вкладах членів трудового колективу в майно підприємства.

Державні й комунальні комерційні підприємства та інші суб'єкти ринкових відносин згідно з ч. 8 та ч. 9 ст. 75 ГКУ створюють за рахунок прибутку (доходу) такі спеціальні (цільові) фонди, призначені для покриття витрат, пов'язаних з їхньою діяльністю:

- амортизаційний фонд;
- фонд розвитку виробництва;

- фонд споживання (оплати праці);
- резервний фонд;
- інші фонди, передбачені статутом.

Модуль № 2 «Практичні аспекти економіки та організації діяльності суб'єктів ринкових відносин»

Лекція № 2.1

Тема лекції: Основний капітал. Знос та амортизація основних засобів План лекції.

1. Загальна характеристика капіталу і економічна природа основних фондів суб'єктів ринкових відносин.
2. Склад і структура основних фондів суб'єктів ринкових відносин. Класифікація основних фондів.
3. Облік і оцінка основних фондів суб'єктів ринкових відносин. Методи оцінки. Фізичний і моральний знос.
4. Роль і значення амортизації у відтворювальному процесі основних засобів. Суть зносу та амортизації. Концепції амортизації.
5. Функції амортизації Амортизаційний фонд. Напрями та показники відтворення основних фондів суб'єктів ринкових відносин.
6. Методика та практика нарахування амортизації основних засобів. Вибір методу для амортизаційної політики суб'єктів ринкових відносин.

Література: [1]; [2]; [3]; [4], [5]; [18]; [19].

Зміст лекції

1. Загальна характеристика капіталу і економічна природа основних фондів суб'єктів ринкових відносин.

Капітал підприємства - це сукупна вартість засобів у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, інвестована у його активи

Капітал підприємства фактично відображає накопичені економічні блага, які виступають у формі грошових коштів та реальних капітальних об'єктів, залучених в економічний процес з метою одержання доходів. 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/

Власний капітал підприємства характеризує загальну вартість засобів підприємства, які належать йому на правах власності і використовуються ним для формування своїх активів. 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.

Основний капітал - це частина капіталу підприємства, яка бере участь у виробництві товару протягом багатьох виробничих циклів і переносить свою вартість на вироблену продукцію частинами. До основного капіталу належать кошти, вкладені у засоби праці (будівлі, споруди, машини, обладнання та ін.).

2. Склад і структура основних фондів суб'єктів ринкових відносин. Класифікація основних фондів.

Основні фонди підприємства – це засоби праці, які використовуються ним в процесі виробництва і постачання продукції, для здійснення соціально-культурних та адміністративних функцій протягом тривалого часу і переносять свою вартість на вартість готової продукції поступово, шляхом амортизаційних відрахувань.

Основні фонди підприємств характеризуються тривалістю, понад один рік, терміном використання. Для чіткого обліку та оцінки ефективності використання основні фонди необхідно правильно **класифікувати**. Найбільш поширеним і використовуваним є поділ основних фондів за функціональним призначенням. Розрізняють: • будівлі - це корпуси цехів, житлових будинків, адміністративно-господарських приміщень, закладів громадського харчування, торгівлі та ін.; • споруди - інженерно-технічні побудови: мости, тунелі, очисні споруди, нафтові і газові свердловини, водонапірні башти, штольні, підземні і наземні переходи, насосні станції тощо; • передавальні пристрої - засоби передачі усіх видів енергії (електричної, механічної, теплової) від машин-двигунів до робочих машин: лінії зв'язку, електромереж, паро-, газо-, водо-, нафтопроводи та ін.; • машини і обладнання поділяються на: - силові машини і обладнання (котли, двигуни); - робочі машини і обладнання (верстати, преси, агрегати); - вимірювальні та регулюючі прилади та пристрої, лабораторне обладнання; - обчислювальна техніка; • транспортні засоби - це засоби внутріцехового, міжцехового і міжзаводського транспорту: автомобілі, тягачі, автонавантажувачі, електрокари, тепловози, вагони та ін.; • інструмент - ручні та механізовані інструменти усіх видів, вимірювальні та ріжучі інструменти, пристосування (лещата, кондуктори, патрони і т.д.); • виробничий інвентар - інвентарна тара, загорожі машин, контейнери, стелажі, робочі столи; • господарський інвентар - предмети канцелярського і господарського призначення: канцтовари, меблі, протипожежні засоби, засоби забезпечення санітарного стану та ін.

Крім наведеної класифікації основних фондів, важливе значення має їх співвідношення за окремими видами, тобто їх **структура**. Видова (технологічна) структура основних фондів - це співвідношення їх активної та пасивної частин. До активної частини належать основні фонди, які беруть безпосередню участь в процесі виробництва, визначають рівень технічної оснащеності праці, прямо впливають на величину виробничої потужності та обсяг випуску продукції підприємства (робочі машини і обладнання, прилади та інструменти, обчислювальна техніка).

До пасивної частини належать основні фонди, які опосередковано впливають на величину виробничої потужності та обсяг продукції, забезпечують нормальні умови для здійснення процесу виробництва (будівлі, споруди, інвентар та ін.). Прогресивною тенденцією у зміні технологічної структури основних фондів є зростання частки їх активної частини.

3. Облік і оцінка основних фондів суб'єктів ринкових відносин. Методи оцінки. Фізичний і моральний знос.

Облік і оцінка основних фондів здійснюється у натуральній і вартісній формах.

Натуральні показники обліку та оцінки використовуються для розрахунку виробничої потужності підприємства, для оцінки технічного складу і стану основних фондів, розробки балансів обладнання та ін. Натуральні показники обліку основних фондів визначаються специфікою їх елементів та

призначенням. Наприклад, серед них можна виділити показники площі (м²), об'єму (м³), потужності (кВт), продуктивності обладнання (шт./змін), кількість одиниць обладнання тощо.

Вартісна форма обліку та оцінки необхідна для визначення загальної суми вартості основних фондів, планування їх відтворення, структури, обчислення розмірів амортизації та калькулювання собівартості продукції. Залежно від моменту оцінювання та стану основних фондів розрізняють такі види їх вартісної оцінки:

1. Первісна вартість - це фактичні витрати підприємства у момент придбання основних фондів і взяття їх на баланс. 2. Відновна (переоцінена) вартість - це вартість відтворення основних фондів в сучасних умовах. 3. Залишкова вартість - це різниця між вартістю, за якою основні фонди були взяті на баланс підприємства (первісною або переоціненою), та сумою зношення. 4. Справедлива вартість - це первісна вартість основних фондів, одержаних в обмін. 5. Ліквідаційна вартість (Вл) - це залишкова вартість основних фондів на час їх вибуття з експлуатації, спричиненого зношенням.

Зношування основних фондів - це втрата ними своєї вартості, тобто їх старіння у фізичному та економічному розумінні

Фізичне зношування - це втрата основними фондами своїх споживчих властивостей, внаслідок чого вони перестають задовольняти поставленим до них вимогам/

Моральне зношування - це передчасне, до закінчення строку фізичної служби, знецінення основних фондів, яке призводить до втрати доцільності їх використання

4. Роль і значення амортизації у відтворювальному процесі основних засобів. Суть зносу та амортизації. Концепції амортизації.

Амортизація - це перенесення вартості основних фондів на вартість новоствореної продукції протягом терміну їх корисного використання (експлуатації)

Порядок нарахування амортизації визначений Податковим кодексом України (ПКУ), розділ III. Згідно ПКУ (п.144.1) амортизації підлягають: ∞ витрати на придбання основних фондів і нематеріальних активів для власного використання; витрати на самостійне виготовлення основних фондів; витрати на проведення всіх видів ремонту, реконструкції, модернізації та інших видів покращення основних фондів, що перевищують 10% сукупної вартості основних фондів; витрати на капітальне поліпшення земель, не пов'язане з будівництвом; капітальні інвестиції, отримані підприємством з бюджету у вигляді цільового фінансування на придбання основних фондів; ∞ суми переоцінки вартості основних фондів; вартість безоплатно отриманих об'єктів.

5. Функції амортизації Амортизаційний фонд. Напрями та показники відтворення основних фондів суб'єктів ринкових відносин.

Відтворення основних фондів пов'язаний з їх постійним рухом, тобто з їх введенням в експлуатацію, зміною технічного стану та вибуттям. Оскільки процеси відтворення безпосередньо впливають на ефективність використання засобів праці, то логічним є виділення та обчислення показників відтворення основних фондів. Вони поділяються на: 1. Показники технічного стану основних фондів: \clubsuit коефіцієнт зношування основних фондів: $K_z = Z_n \times 100 / V_n$, \clubsuit коефіцієнт придатності основних фондів: $K_{пр} = (V_n - Z_n) \times 100 / V_n$. 2. Показники руху основних фондів: \bullet коефіцієнт оновлення: $K_{онов} = S_{вв} / S_k$, де $S_{вв}$ - вартість введених основних фондів за певний період, грн.; S_k - вартість основних фондів на кінець періоду, грн. \bullet коефіцієнт вибуття: $K_{виб} = S_l / S_n$, де S_l - вартість ліквідованих основних фондів за певний період (рік), грн.; S_n - вартість основних фондів на початок періоду, грн.; Показники, що характеризують рівень ефективності використання основних фондів, поділяються на загальні та часткові. Основним загальним показником є фондівіддача (Фв): $Фв = Q / S_{сер}$, грн., де Q - обсяг товарної (валової, чистої) продукції підприємства за рік, грн.; $S_{сер}$ - середньорічна вартість основних фондів підприємства, грн. Рентабельність основних фондів характеризує показник фондівіддачі, обчислений не за обсягом продукції, а за прибутком (Френт): $Френт = П / S_{сер} \times 100, \%$, де $П$ - прибуток підприємства, грн. На показники фондівіддачі та рентабельності основних фондів, як загальних показників їх використання, впливають ряд зовнішніх та внутрішніх чинників. Зовнішніми чинниками впливу є ріст витрат на придбання основних фондів, пов'язаних з поліпшенням умов праці працівників, забезпеченням якості продукції на рівні світових стандартів, охороною довкілля тощо. Ці

чинники впливають на зниження фондівіддачі. Внутрішніми чинниками підвищення фондівіддачі є зростання екстенсивного та інтенсивного використання основних фондів, головним чином активної їх частини. Оберненим до фондівіддачі показником є фондомісткість (Фм): $Фм = S_{ср} / Q$, грн. Показником, який характеризує рівень забезпеченості основними виробничими фондами ПВП підприємства є фондоозброєність праці (Фо): $Фо = S_{ср} / Ч$ ссп,грн./чол. Середньорічна вартість основних фондів обчислюється: $S_{ср} = S_{п} + S_{вв} \times T_{вв} / 12 + S_{вив} \times T_{вив} / 12$, грн., де $S_{вив}$ - вартість виведених з експлуатації основних фондів протягом року, грн.; $T_{вв}$, $T_{вив}$ - кількість місяців до кінця року з моменту введення в дію та виведення основних фондів з експлуатації. Частковими показниками використання основних фондів є: 1) коефіцієнт змінності роботи обладнання (Кзм); $Кзм = V_{зм} / V_{д}$, або $Кзм = Фд / Фд1$, $Фд = (Фк - В - С) \times t_{зм} \times Зм \times K_{вик}$ рч, год., де $V_{зм}$ - кількість відпрацьованих верстатів - змін; $V_{д}$ - кількість відпрацьованих верстатів - днів; $Фд$ - дійсний фонд робочого часу обладнання за певний період, год.; $Фд1$ - дійсний фонд робочого часу обладнання за певний період при однозмінній роботі, год.; $Фк$ - календарний фонд робочого часу, дні; $В, С$ - вихідні і святкові дні; $t_{зм}$ - тривалість зміни, год.; $Зм$ - кількість змін роботи обладнання на добу, год.; $K_{вик}$ рч - коефіцієнт використання робочого часу; 2) коефіцієнт екстенсивного завантаження обладнання; 3) коефіцієнт інтенсивного завантаження устаткування; 4) коефіцієнт інтегрального використання основних фондів.

6. Методика та практика нарахування амортизації основних засобів. Вибір методу для амортизаційної політики суб'єктів ринкових відносин.

Податковий кодекс України передбачає різні методи нарахування амортизації основних фондів.

1. Прямолінійний (рівномірний) метод передбачає щорічне перенесення на собівартість продукції однакової частини вартості основних фондів протягом усього терміну їх служби.

2. Зменшення залишкової вартості. Річна сума амортизації визначається як добуток залишкової вартості основних фондів на початок звітного року або первісної вартості на дату початку нарахування амортизації на річну норму амортизації

3. Прискорене зменшення залишкової вартості. Річна сума амортизації визначається як добуток залишкової вартості основних фондів на початок звітного року або первісної вартості на дату початку нарахування амортизації на річну норму амортизації. Річна норма амортизації є подвоєною нормою, використовуюваною при прямолінійному методі нарахування амортизації. Цим методом нараховується амортизація основних фондів групи 4 (машини та обладнання) та групи 5 (транспортні засоби).

4. Кумулятивний метод. Річна сума амортизації обчислюється як добуток вартості, яка амортизується, на кумулятивний коефіцієнт. Кумулятивний коефіцієнт - це відношення кількості років, що залишились до кінця строку використання основних фондів, до суми чисел років їх корисного використання.

5. Виробничий метод. Місячна сума амортизації (A_m) визначається як добуток фактичного обсягу продукції, виробленої за місяць ($Q_{фм}$), на виробничу ставку амортизації.

Такі методи нарахування амортизації, як зменшення залишкової вартості, прискорене зменшення залишкової вартості та кумулятивний є методами прискореної амортизації основних фондів.

Лекція № 2.2

Тема лекції: Оборотний капітал

План лекції.

1. Економічна сутність оборотних коштів суб'єктів ринкових відносин.
2. Склад і структура оборотних коштів суб'єктів ринкових відносин (оборотні фонди і фонди обігу).
3. Класифікація оборотних виробничих фондів. Нормування оборотних коштів суб'єктів ринкових відносин.
4. Незавершене виробництво Витрати майбутніх періодів. Нормування норм витрат і норм виробничого запасу.

5. Показники використання оборотних коштів. Оборотність оборотних коштів.
6. Шляхи прискорення оборотності оборотних коштів.

Література: [1]; [2]; [3]; [4], [5]; [18]; [19].

Зміст лекції

1. Економічна сутність оборотних коштів суб'єктів ринкових відносин.

Оборотні кошти підприємства - це сукупність грошових коштів, вкладених в оборотні фонди і фонди обігу.

До фондів обігу належать: • готова продукція на складах підприємства; • готова продукція, яка відвантажена і знаходиться в дорозі; • грошові кошти на розрахунковому та інших рахунках; • грошові кошти у незавершених розрахунках; 188 • дебіторська заборгованість; • готівка в касі.

2. Склад і структура оборотних коштів суб'єктів ринкових відносин (оборотні фонди і фонди обігу).

Структура оборотних коштів - це виражене у відсотках співвідношення окремих елементів у їх загальному обсязі. Ця структура змінюється в часі, вона неоднакова вона в різних галузях промисловості і визначається рядом чинників виробничого, постачальницького і збутового характеру. До виробничих чинників відносяться матеріально-технічні особливості галузей, характер організації виробництва, режим роботи підприємства, тривалість виробничого циклу, характер споживаної сировини і продукції, що випускається. До чинників постачання і збуту відносяться розміщення постачальників ресурсів та споживачів продукції, періодичність поставок, використовувані форми розрахунків та ін. В цілому по промисловості 2/3 оборотних коштів авансується в оборотні фонди, а 1/3 - у фонди обігу.

3. Класифікація оборотних виробничих фондів. Нормування оборотних коштів суб'єктів ринкових відносин.

Оборотні кошти класифікуються за: 1) джерелами формування: власні і позичкові; 2) способі виявлення потреби: нормовані і ненормовані. Необхідність поділу оборотних коштів на власні та позичкові обумовлена неоднаковою потребою в них у часі. Власні оборотні кошти - це ті, які виділені підприємству при його створенні і поповнені згодом за рахунок прибутку, а також за рахунок використання стійких пасивів. Стійкі пасиви - це грошові кошти, які є тимчасово вільними, використовуються підприємством в господарському обороті, але не належать йому, наприклад, резерв майбутніх платежів, заборгованість по заробітній платі, внески на соціальне страхування та ін. Позичкові оборотні кошти - це кредити банків, кредиторська заборгованість та інші пасиви.

4. Незавершене виробництво. Витрати майбутніх періодів. Нормування норм витрат і норм виробничого запасу.

Незавершене виробництво (англ. *Goods-in-Process*) — товари, які перебувають на стадії виробництва і враховані в статтю товарно-матеріальних запасів на дату складання фінансової звітності. Товари, які перебувають у процесі виготовлення і при складанні балансу відносяться до матеріально-виробничих запасів.

Витрати майбутніх періодів – це відтерміновані у часі свого визнання **витрати**, які сплачені в одному звітному періоді, але визнані будуть в інших звітних **періодах**

Під **нормою витрат** (*Norm of charges*) матеріальних ресурсів розуміють гранично допустиму величину сировини, матеріалів, палива, енергії, яка може бути витрачена для випуску одиниці продукції (або для виконання певної роботи) визначеної якості за певних організаційно-технічних умов. Таким чином, норми витрат матеріальних ресурсів регламентують величину виробничих витрат матеріалів, сировини, напівфабрикатів, палива, енергії. Основні і частково допоміжні матеріали нормуються на

одиницю продукції, а деякі допоміжні матеріали, що слугують для забезпечення ритмічної роботи устаткування, — на одиницю часу його роботи.

Норми витрат матеріальних ресурсів класифікують за такими ознаками: періодом дії, масштабами застосування, ступенем деталізації об'єкта нормування, ступенем деталізації номенклатури матеріалів, призначенням.

1) За періодом дії розрізняють норми:

- перспективні, що враховують прогресивні напрямки у використанні сировини, матеріалів протягом кількох років;
- річні, що визначають середньорічні витрати матеріальних ресурсів;
- поточні, які пов'язані з конкретним технологічним процесом в обмеженому календарному періоді.

2) За масштабом застосування розрізняють норми:

- індивідуальні, що застосовуються для виготовлення окремого виду продукції;
- групові для окремих видів продукції.

3) За ступенем деталізації об'єкта нормування розрізняють такі норми витрат матеріальних ресурсів:

- на одиницю готової продукції;
- на вузол;
- на деталь.

4) За ступенем деталізації номенклатури матеріалів розрізняють норми:

- специфіковані (на вид ресурсів за конкретними їх параметрами);
- зведені (на вид ресурсів зі зведеною номенклатурою).

5) За призначенням застосовують норми витрат окремих видів матеріальних ресурсів — сировини, основних матеріалів, палива, енергії тощо.

Норми витрат матеріальних ресурсів розробляються, як правило, самими підприємствами. У деяких випадках на замовлення підприємств ці норми можуть розроблятися галузевими науково-дослідними організаціями. Норми витрат матеріальних ресурсів мають бути прогресивними, технічно та економічно обґрунтованими (з урахуванням досягнень науки і техніки, передового досвіду, перспектив на майбутнє).

5. Показники використання оборотних коштів. Оборотність оборотних коштів.

Частина оборотних коштів підприємства підлягають нормуванню, тобто для них мають бути встановлені певні нормативи.

Норматив оборотних коштів - це грошовий вираз вартості мінімальних і в той же час достатніх запасів товарно-матеріальних цінностей, залишків незавершеного виробництва, готової продукції та інших коштів/

Методи нормування виробництва оборотних коштів:

- аналітичний, полягає в аналізі наявних товарно-матеріальних запасів та їх коригування і вилучення залишків;
- коефіцієнтний - у норматив звітного року вносяться поправки на зміну обсягу виробництва і прискорення оборотності оборотних коштів;
- прямого рахунку - розрахунок нормативу по кожному елементу оборотних коштів в умовах досягнутого організаційно-технічного рівня Методи нормування виробництва.

6. Шляхи прискорення оборотності оборотних коштів.

Чим більше кругообігів здійснюють оборотні кошти підприємства протягом року, тобто чим меншою є тривалість одного їх обороту, тим менше їх потрібно для забезпечення життєдіяльності підприємства. Це свідчить про підвищення ефективності використання оборотних коштів.

Прискорення оборотності оборотних коштів має важливе значення для підприємства ще й тому, що в результаті цього прискорення із обороту вилучаються кошти, які можна використати для інших цілей: збільшення обсягу випуску продукції, стимулювання працівників, вирішення соціальних питань тощо. Економічна ефективність використання оборотних коштів підприємств характеризується прискоренням їх оборотності.

Ефективне використання оборотних коштів є важливим завданням підприємства і повинно забезпечуватись прискоренням їх оборотності на всіх стадіях кругообігу. Такими заходами можуть бути:

1) на стадії створення виробничих запасів: • впровадження економічно обґрунтованих норм; • оптимальний вибір постачальників та використання прямих тривалих зв'язків із ними; • ліквідація понаднормативних запасів сировинно-матеріальних ресурсів; • раціональне використання матеріальних ресурсів у виробництві та недопущення їх втрат; • створення сучасної складської системи із засобами механізації та автоматизації вантажно-розвантажувальних робіт; • налагодження ефективної роботи транспорту; 2) на стадії незавершеного виробництва: о скорочення тривалості виробничого циклу внаслідок впровадження нових техніки і технологій; о розвиток стандартизації та уніфікації; о використання у виробництві більш дешевих ресурсів та конструктивних матеріалів; о збільшення частки продукції, яка користується підвищеним попитом, має збут і «не залежується»; о удосконалення форм організації виробництва на підприємстві, наприклад, використання кооперованих зв'язків, спеціалізації підрозділів та ін.; 3) на стадії обігу: - раціональна організація збуту продукції через своєчасність підготовки продукції до відвантаження, формування партій продукції, використання транзитної форми перевезень тощо; - прискорення документообігу; - удосконалення системи розрахунків за реалізовану продукцію, дотримання договірної платіжної дисципліни; - збільшення обсягу реалізації продукції за рахунок виконання замовлень по прямих зв'язках; - використання маркетингових важелів активізації продажу, наприклад, реклами, стимулювання збуту, паблік рілейшнз та ін.

Лекція № 2.3

Тема лекції: Інвестиції суб'єктів ринкових відносин План лекції.

1. Економічна сутність капітальних вкладень. Їхній склад і структура (нововведення, інвестиції, інтелектуальний потенціал, інвестиційна стратегія суб'єктів ринкових відносин).
2. Загальна (абсолютна) економічна ефективність, її показники. Порівняльна економічна ефективність, її показники, методики розрахунку. Показники оцінки ефективності капітальних вкладень.
3. Термін окупності, коефіцієнт ефективності капітальних вкладень, приведені витрати.
4. Закордонний досвід визначення економічної ефективності капітальних вкладень
5. Вихідні економічні концепції оцінки ефективності інвестицій. Основні економічні показники.

Література: [8]; [17]; [18]; [19].

Зміст лекції

1. Економічна сутність капітальних вкладень. Їхній склад і структура (нововведення, інвестиції, інтелектуальний потенціал, інвестиційна стратегія суб'єктів ринкових відносин).

Інвестиції - це сукупність усіх видів майнових та інтелектуальних цінностей, які вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності і в результаті яких створюється прибуток (дохід) або досягається соціальний ефект.

До згаданих цінностей можуть належати: - кошти, цільові банківські вклади, паї, акції та інші цінні папери; - рухоме та нерухоме майно (будинки, споруди, устаткування, інші матеріальні цінності); - майнові права інтелектуальної власності; - сукупність технічних, технологічних, комерційних та інших знань, оформлених у вигляді технічної документації, навиків та виробничого Ключові терміни і поняття інвестиції, види інвестицій, реальні (виробничі) інвестиції, структура виробничих інвестицій, ефект,

ефективність, абсолютна ефективність інвестицій, відносна ефективність інвестицій, приведені витрати, термін окупності інвестицій, грошовий потік, дисконтування, чиста дисконтована вартість, внутрішня норма рентабельності інвестицій, індекс доходності інвестицій, фінансові інвестиції, цінні папери Інвестиції - це сукупність усіх видів майнових та інтелектуальних цінностей, які вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності і в результаті яких створюється прибуток (дохід) або досягається соціальний ефект досвіду, необхідних для організації того чи іншого виду виробництва, але не запатентованих («ноу-хау»); ω права користування землею, водою, ресурсами, будинками, спорудами, обладнанням, а також інші майнові права; ω інші цінності.

2. Загальна (абсолютна) економічна ефективність, її показники. Порівняльна економічна ефективність, її показники, методики розрахунку. Показники оцінки ефективності капітальних вкладень.

Ефективність - це економічна категорія, яка відображає співвідношення між одержаними результатами і витраченими на їх досягнення ресурсами.

Методологія визначення економічної ефективності виробничих інвестицій передбачає обчислення їх абсолютної та порівняльної ефективності. **Абсолютна ефективність** капітальних вкладень показує загальну величину їх віддачі та обчислюється співставленням величини економічного ефекту з величиною самих затрат.

Розрахунки **порівняльної ефективності** капітальних вкладень здійснюються тоді, коли треба вибрати кращий із можливих проектів інвестування.

3. Термін окупності, коефіцієнт ефективності капітальних вкладень, приведені витрати.

Найважливішими показниками оцінювання економічної ефективності інвестицій в умовах ринку з врахуванням зазначених принципів є: 1. Чиста дисконтована (теперішня) вартість (ЧДВ) 2. Індекс доходності інвестицій 3. Внутрішня норма рентабельності інвестицій (ВНР) - це така дисконтна ставка, за якої суми початкових інвестицій і теперішньої вартості грошових потоків є однаковими. 4. Термін окупності інвестицій (Ток): • повернення інвестованих коштів оцінюється на основі величини грошового потоку; • приведення до теперішньої вартості інвестицій та грошового потоку; • використання диференційованої дисконтної ставки для різних інвестиційних проектів, причому вона повинна змінюватись в залежності від мети оцінювання Принципи оцінювання економічної ефективності виробничих інвестицій $Ток = K / ГП\text{ сер.}$, де ГП сер - середньорічна сума грошового потоку за певний період, грн. Для короткострокових інвестицій період вимірюється у місяцях, для довгострокових - у роках. Усі розглянуті показники тісно пов'язані між собою, тому для достовірного оцінювання економічної ефективності виробничих інвестицій їх доцільно використовувати в комплексі.

4. Закордонний досвід визначення економічної ефективності капітальних вкладень.

Економічна ефективність — результативність економічної системи, виражена у співвідношенні корисних кінцевих результатів її функціонування до витрачених ресурсів.

Економічна ефективність = результат/витрати

Економічна ефективність — досягнення найбільших результатів за найменших затрат живої та уречевленої праці. Економічна ефективність є конкретною формою дії закону економії часу. За капіталістичного способу виробництва узагальнюючий показник економічної ефективності — норма прибутку.

Світовий досвід має значну кількість методів та прийомів інвестиційного аналізу, які починають поширюватись і у нас. Найвідоміші методи можна розподілити на три групи: 1) методи оцінки ефективності інвестицій за допомогою співвідношення грошових надходжень (позитивних потоків) з витратами (негативними потоками). Ці методи на сьогодні є традиційними; 2) методи оцінки ефективності інвестицій за бухгалтерською звітністю; 3) методи оцінки ефективності інвестицій, що ґрунтуються на теорії часової вартості грошей. 12 За допомогою цих методів здійснюється інвестиційний аналіз проектів, тобто оцінюється і зіставляється інвестиційна привабливість

(ефективність) напрямків інвестування, окремих програм (проектів) або об'єктів. Дослідження методу розрахунку прибутку, методу чистої теперішньої вартості, методу граничної ефективності, методу бюджетування інвестицій та інших методів, що застосовуються в світовій практиці для проведення фінансово-інвестиційного аналізу та оцінки інвестицій, дає підставу говорити про можливість використання цих методів в умовах України при створенні засад ринкової економіки. Так, вже сьогодні можна обраховувати співвідношення позитивних грошових потоків з негативними, застосовуючи внутрішню норму ефективності інвестора. Методи оцінки інвестицій за бухгалтерською звітністю можна застосовувати при запровадженні розрахунків показника чистої прибутковості інвестицій, особливо в міру переходу на міжнародну систему бухгалтерського обліку.

5. Вихідні економічні концепції оцінки ефективності інвестицій. Основні економічні показники.

Чинники впливу на ефективність виробничих інвестицій можна класифікувати за такими ознаками:

- за джерелами підвищення ефективності інвестицій;
- за стадіями реалізації інвестиційних проектів;
- за основними напрями вдосконалення капітального будівництва;
- за рівнем реалізації чинників підвищення ефективності інвестицій.

Основними важелями ефективного формування і реалізації фінансових інвестицій (цінних паперів) є ті, котрі забезпечують підвищення ефективності їх обігу. До таких важелів можна віднести: • розвиток фондового ринку в Україні з дотриманням усіх визнаних в світі принципів його функціонування (наприклад, правова впорядкованість, прозорість випуску та обігу цінних паперів, формування механізму запобігання та протидії злочинності на фондовому ринку, ефективність інвестицій через розміщення фінансових інвестицій у пріоритетні галузі і виробництва та ін.); • залучення стратегічних інвесторів до процесу придбання цінних паперів високодохідних і високоліквідних підприємств (наприклад, у галузях енергетики, машинобудування, хімічній, переробній та інших галузях); • розширення посередницької діяльності у сфері випуску та обігу цінних паперів (такими посередниками можуть бути, наприклад, банківські установи, брокерські та дилерські компанії, фірми з управління портфелями цінних паперів та ін.); • посилення контролю за виконанням інвестиційних зобов'язань (наприклад, за виконанням умов конкурсів з продажу державного чи комунального майна через механізм деприватизації, використання санкцій за порушення таких умов тощо); • підготовка і підвищення кваліфікації кадрів, зайнятих у сфері функціонування фондового ринку (наприклад, шляхом започаткування підготовки висококваліфікованих фахівців у діючих навчальних закладах різних рівнів, створення спеціальних центрів підготовки таких фахівців, відкриття курсів і т.д.).

Лекція № 2.4

Тема лекції: Інноваційна діяльність суб'єктів ринкових відносин План лекції.

1. Інновації та інноваційні процеси, їх види і характеристика.
2. Інноваційна діяльність, напрями її розвитку в Україні.
3. Принципи оцінювання порівняльної ефективності від технічних нововведень.
4. Науково-технічний прогрес, його загальні та пріоритетні напрями.
5. Управління розвитком інноваційної діяльності.

Література: [8]; [10]; [13]; [14], [15]; [17].

Зміст лекції

1. Інновації та інноваційні процеси, їх види і характеристика.

Інновації - новостворені або вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція, послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного характеру, які

істотно поліпшують структуру і якість виробництва та соціальної сфери.

Інноваційні процеси є сукупністю якісно нових прогресивних змін, які безперервно виникають у просторі та часі

Види інноваційних процесів:

1. характер інноваційних процесів:

- технічні - нові продукти, вироби, технології їх виготовлення, машин, устаткування, матеріали, види енергії
- організаційні - методи і форми організації діяльності наукових установ та підприємств: організаційні структури управління, форми організації різних типів виробництва, праці та ін.
- економічні - методи управління наукою, виробництвом через реалізацію функцій прогнозування, планування, фінансування, ціноутворення, мотивації, оплати праці, оцінки результатів діяльності
- соціальні - професійна підготовка, підвищення кваліфікації персоналу, стимулювання творчої діяльності; поліпшення умов праці та рівня її безпеки; охорона здоров'я людини, охорона довкілля; створення комфортних умов життя тощо
- юридичні - нові та змінені закони та інші нормативно-правові документи, які визначають і регулюють усі види діяльності підприємств та організацій.

2. масштаб впливу на ефективність виробництва:

о локальні (окремі) - ведуть до еволюційних перетворень у сфері виробництва і не сприяють істотним змінам ефективності функціонування та розвитку підприємств о глобальні (масштабні) - революційні, принципово нові, які кардинально підвищують організаційно-технічний рівень виробництва, забезпечують суттєві позитивні зрушення в економічних і соціальних процесах

2. Інноваційна діяльність, напрямки її розвитку в Україні.

Найважливішими напрямками формування й розвитку національного ринку інноваційних продуктів є: – сприяння регіоналізації інноваційної політики, що, своєю чергою, сприятиме трансферу технологій та інноваційних продуктів, формуванню регіональних інноваційних стратегій, створенню технопарків, бізнес-інкубаторів, а також інноваційних структур іншого типу; – створення умов формування науково-промислових кластерів (кластер – галузеве, територіальне та добровільне об'єднання підприємницьких структур, які тісно співпрацюють із науковими (освітніми) установами, громадськими організаціями та органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоздатності власної продукції і сприяння економічному розвитку регіону); – сприяння поетапному створенню національної мережі комерціалізації інноваційних продуктів і трансферу технологій.

Зусилля держави і приватного бізнесу слід спрямувати на: – забезпечення зростання випереджальними темпами питомої ваги галузей, що створюють, опрацьовують і впроваджують релевантну інформацію (інформація, що збирається під конкретну задачу) в усі сфери діяльності; – формування такої нормативно-правової бази, яка б ефективно регулювала взаємини творців, власників і користувачів інформаційних ресурсів та систем, а також усіх учасників руху до суспільства, побудованому на знанні; – сприяння розвитку та відновленню різних галузей діяльності на базі широкого використання інформаційно-комунікаційних технологій (освіта, культура, охорона здоров'я, малий бізнес, громадське життя, соціальний захист); – створення умов для пріоритетного розвитку та підвищення експортних можливостей інформаційної індустрії країни, детінізація цієї сфери діяльності; – формування сучасної інформаційно-комунікаційної інфраструктури країни з використання національної системи науково-технічної інформації.

3. Принципи оцінювання порівняльної ефективності від технічних нововведень.

Ефективність технічних нововведень є відношенням ефекту від здійснення заходів до затрат на його забезпечення. Сам ефект від впровадження технічних новинок розраховується на всіх етапах реалізації в за весь період здійснення цих заходів. Ефект визначається як різниця між вартісною оцінкою результатів та вартісною оцінкою сукупних витрат ресурсів за певний період. Залежно від вирішуваних завдань економічний ефект від технічних нововведень може бути двох видів: 1) загальноекономічний ефект (з точки зору національної економіки) - загальний ефект за умовами використання нової техніки та інших нововведень, який обчислюється шляхом порівняння загальних результатів за місцем використання нової техніки та усіх витрат на її розробку, виробництво і споживання; 2) комерційний - це

ефект, який одержується окремо розробником, виробником і споживачем нової техніки, і обчислюється на окремих стадіях її «життєвого циклу» - стадії розробки, виробництва та експлуатації; він дає можливість оцінити ефективність технічних нововведень з урахуванням економічних інтересів окремих проектно-конструкторських організацій, підприємств-виробників і підприємств-споживачів.

Загальноекономічний ефект обчислюється на стадії обґрунтування доцільності розробки та вибору найкращого варіанту проектного рішення. Зрозуміло, що на цій стадії при формуванні планів наукових і проектно-конструкторських робіт повинен бути врахований загальноекономічний підхід до оцінки ефективності технічних нововведень. Він передбачає врахування при оцінці цієї ефективності усіх можливих наслідків від використання нової техніки - економічних, соціальних, екологічних та ін. Цей підхід зводиться до таких етапів: - із потенційних варіантів вибираються ті, які задовольняють заданим обмеженням; - по кожному із вибраних варіантів оцінюються результати, витрати та економічний ефект; - вибирається кращий варіант за критерієм максимуму економічного ефекту, а за умови його рівності по кількох варіантах - за критерієм мінімуму затрат на досягнення цього ефекту.

Сукупний економічний ефект (ЕТ) від впровадження нової техніки за весь період її «життя» Т (розрахунковий період) обчислюється за формулою: $ET = PT - VT$, грн., де PT - вартісна оцінка результатів від впровадження нової техніки за розрахунковий період, грн.; VT - вартісна оцінка витрат на впровадження нової техніки за цей же період, грн. Такий підхід до оцінки економічного ефекту є однаковим при обчисленні загальноекономічного та комерційного ефектів від впровадження технічних нововведень.

4. Науково-технічний прогрес, його загальні та пріоритетні напрями.

Науково-технічний прогрес — це поступовий рух науки і техніки, еволюційний розвиток усіх елементів продуктивних сил суспільного виробництва на основі широкого пізнання та освоєння зовнішніх сил природи; це об'єктивна, постійна закономірність розвитку матеріального виробництва, результатом якої є послідовне вдосконалення техніки, технології та організації виробництва, підвищення його ефективності.

Виокремлюють загальні та пріоритетні напрями НТП. За допомогою загальних напрямків НТП окреслюються принципові форми прогресивних змін у розвитку науки та техніки, що є найбільш важливими для розвитку народного господарства країни. За допомогою пріоритетних напрямків конкретизуються загальні задачі НТП на найближчу перспективу. До **загальних** напрямків відносять створення більш досконалих і нових технологій, матеріалів та енергії, засобів праці і кінцевої продукції тощо. До **пріоритетних** напрямків НТП відносять розвиток прогресивних базових технологій; розробку синтетичних, композиційних, надчистих матеріалів; удосконалення практичного застосування ядерної та нетрадиційних видів енергії; розробку робото-технічних комплексів та гнучких автоматизованих систем; комплексну автоматизацію та комп'ютеризацію виробництва і процесів управління.

Загальна схема формування і реалізації пріоритетних напрямків НТП містить у собі *шість* основних фаз:

- формування цілей і критеріїв їхнього досягнення;
- попередній добір пріоритетних напрямків і критично важливих технологій;
- структуризація робіт і підготовка бюджетних заявок;
- визначення форм державної підтримки (розподіл ресурсів, надання пільг, висновки контрактів);
- контроль ходу робіт і результатів;
- коригування проектів, програм, пріоритетних напрямків, науково-технічної політики і механізмів.

НТП властиві **еволюційні** (поліпшення окремих техніко-експлуатаційних параметрів виробів чи технології їхнього виготовлення, модернізація або створення нових моделей машин, обладнання, приладів і матеріалів у межах того самого покоління техніки) та **революційні** (зміна поколінь техніки й кінцевої продукції, виникнення принципово нових науково-технічних ідей) форми вдосконалення технологічних методів і засобів виробництва, кінцевої продукції. Основною складовою революційного напрямку НТП є науково-технічна революція.

Науково-технічна революція (НТР) характеризує докорінну якісну трансформацію суспільного розвитку на засаді новітніх наукових відкриттів (винаходів), що революційно впливають на зміну

знарядь і предметів праці, технології, організації та управління виробництвом, характер трудової діяльності людей. Зміст сучасної НТР розкривається через такі її особливості:

- *перетворення науки на безпосередню продуктивну силу* (втілення наукових знань у людині, технології і техніці; безпосередній вплив науки на матеріальне виробництво та інші сфери діяльності суспільства);

- *новий етап суспільного поділу праці, зв'язаний з перетворенням науки на провідну сферу економічної і соціальної діяльності* (наука перебрала на себе найбільш революціонізуючу, активну роль у розвитку суспільства);

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

- *інтеграція багатьох галузей науки, самої науки з виробництвом* з метою прискорення й підвищення ефективності всіх сучасних напрямків науково-технічного прогресу;

- *якісне перетворення всіх елементів процесу виробництва — засобів праці* (революція в робочих машинах, поява керуючих машин, перехід до автоматизованого виробництва), *предметів праці* (створення нових матеріалів з наперед заданими властивостями; використання нових, потенційно невичерпних джерел енергії), *самої праці* (трансформація її характеру змісту, збільшення в ній частки творчості).

5. Управління розвитком інноваційної діяльності.

Інноваційна діяльність не обмежується розробкою та використанням технічних новинок і на їх основі випуском нової конкурентоспроможної продукції. Своїм наслідком вона має певний організаційний прогрес.

Організаційний прогрес - це застосування нових та удосконалення існуючих методів і форм організації виробництва, праці, елементів господарського механізму в усіх ланках управління економікою.

Основними тенденціями організаційного прогресу на сучасному етапі розвитку продуктивних сил є: 1) демонополізація виробництва на основі деконцентрації, кооперування, та його диверсифікації; 2) організація раціонального потоку ресурсів виробництва і готової продукції з метою скорочення виробничих запасів, зменшення обсягів використання сировинно-матеріальних ресурсів, утилізації відходів виробництва; 3) забезпечення гнучкості виробництва на основі використання гнучких виробничих систем, робото-технічних комплексів, автоматичних ліній та Напрямки організаційного прогресу Внутрішньовиробничий - локальний організаційний прогрес на окремих підприємствах, який сприяє підвищенню організаційного рівня їх діяльності Загальносистемний - реалізується у суспільному масштабі на рівні об'єднань підприємств, галузей, регіонів, національної економіки; є вирішальним, оскільки окреслює орієнтири і встановлює терміни прийняття внутрішньовиробничих організаційних рішень ін. на підприємствах різних галузей; це дозволить мінімізувати втрати часу, ресурсів, підвищити продуктивність праці, прискорити оновлення продукції; 4) забезпечення поєднання науки і виробництва на основі створення науковотехнічних комплексів, інженерно-сервісних центрів, спільних міжгалузевих підприємств тощо; 5) удосконалення механізму функціонування підприємств шляхом «осучаснення» нормативно - правового забезпечення організації бізнесу, дерегуляції підприємницької діяльності, спрощення системи оподаткування та ін.; 6) формування ефективної кадрової політики на основі критерію фахової підготовки працівників, відповідності сучасним вимогам підбору керівників усіх рівнів, забезпечення належної виконавської дисципліни, але разом з тим демократичних засад в управлінні виробництвом.

Лекція № 2.5

Тема лекції: Організація операційної діяльності

План лекції.

1. Операційна діяльність – основна діяльність підприємства.
2. Показники витрат операційної діяльності підприємства.

3. Економічні показники управління доходами від операційної діяльності.
4. Організація витрат та доходу операційної діяльності.

Література: [8]; [10]; [13]; [14], [15]; [17].

Зміст лекції

1. Операційна діяльність – основна діяльність підприємства.

В широкому розумінні «операційною діяльністю» прийнято вважати **основну діяльність** підприємства, яка пов'язана з виробництвом і реалізацією продукції (робіт, послуг), забезпечує **основну** частку доходу і є головною метою створення підприємства.

Виробничий процес - це сукупність дій людей, засобів праці, а також природи, внаслідок яких вхідні матеріали і напівфабрикати перетворюються на готову продукцію

Основу виробничого процесу становить технологічний процес, який забезпечує зміну форм, розмірів і властивостей предметів праці, які поступають в переробку, і одержання готової продукції. Будь-який технологічний процес може бути поділений на певну кількість технологічних ланцюгів або операцій і представлений технологічною схемою. Виробничі процеси є досить різноманітними, відмінними є умови виробництва, проте їх організація ґрунтується на таких загальних принципах: ∞ спеціалізація - поділ виробничого процесу на складові частини і закріплення за кожним підрозділом (цехом, дільницею, робочим місцем) виготовлення певного виробу (предметна спеціалізація) або певної операції (технологічна спеціалізація); дає змогу використовувати високопродуктивне устаткування і передові форми організації виробництва; Ключові терміни і поняття виробничий процес, технологічний процес, природні процеси, основні виробничі процеси, допоміжні виробничі процеси, обслуговуючі виробничі процеси, управлінські процеси, виробнича операція, виробнича потужність, провідний цех, лізинг, оперативний лізинг, фінансовий лізинг

Виробничий процес - це сукупність дій людей, засобів праці, а також природи, внаслідок яких вхідні матеріали і напівфабрикати перетворюються на готову продукцію - пропорційність - однакова відносна продуктивність усіх виробничих підрозділів; передбачає рівномірне і повне завантаження усіх видів устаткування, яке необхідне для ліквідації «вузьких місць» і виконання в повному обсязі виробничої програми; роль цього принципу зростає в умовах автоматизованого виробництва; - паралельність - одночасне виконання частин виробничого процесу (операцій, стадій), тобто здійснення процесів із «перекриттям»; продуктивність підрозділів при цьому визначають тривалістю процесу, яке є меншою від тривалості циклу на величину «перекриття»; для реалізації цього принципу має бути забезпечений достатній обсяг виробництва для повного завантаження устаткування; він дозволяє суттєво скоротити тривалість циклу виготовлення виробів, зменшити потребу в обігових коштах; - ритмічність - означає рівномірний випуск продукції у певні проміжки часу; чим менший проміжок часу, тим важче досягти рівномірності; якщо досягається місячна ритмічність, то декадної і добової досягти важче, це залежить від внутрішньозаводського планування; - прямоочність - забезпечення найкоротшого шляху проходження виробами усіх стадій і операцій виробничого процесу – від запуску матеріалів до виходу готової продукції; цей принцип використовується в масштабах всього підприємства, цехів, дільниць; ∞ безперервність - означає зменшення перерви під час виробництва конкретних виробів

2. Показники витрат операційної діяльності підприємства.

Витрати підприємства — це сукупність витрат які виникають у компанії за певний період часу в процесі її життєдіяльності.

Фактично витрати підприємства — це оцінка в грошах вартості всіх матеріальних, інформаційних, трудових, природних та фінансових ресурсів, необхідних компанії для роботи. Ще одне визначення витрат — повна собівартість продукції або послуг.

Витрати завжди виражаються в грошовій формі, тому якщо витрати виражені іншим способом, їх необхідно оцінити в грошовому еквіваленті (вартість робочих годин спеціаліста, наприклад).

Залежно від сфери, в якій вони формуються, розрізняються такі види витрат:

- капітальні;
- операційні;
- адміністративні;
- витрати на збут;
- непередбачені витрати.

Операційними називають витрати, які виникають в ході здійснення основної діяльності компанії, тобто вже під час виробництва товарів або надання послуг. До цього виду фінансових витрат відносяться:

- закупівля сировини — це можуть бути напівфабрикати, комплектуючі й устаткування для виробництва кінцевого продукту;
- зарплата робітникам, зайнятим на виробництві;
- ремонт і обслуговування устаткування, що бере участь у виробництві кінцевого продукту;
- витрати на електрику та інші комунальні платежі, необхідні для виробничих приміщень.

Іншими словами це всі ті витрати, що необхідні для перетворення вихідної сировини в готову продукцію.

3. Економічні показники управління доходами від операційної діяльності.

Доходи (виручка) від реалізації групуються за такими видами діяльності: • реалізація товарів; • реалізація готової продукції; • виконання робіт та надання послуг. На розмір доходу від реалізації продукції і в свою чергу на дохід від операційної діяльності загалом найбільше впливають два основних показники: – обсяг реалізації продукції; – собівартість продукції.

Для того щоб рівень доходності на підприємстві покращувався, на підприємстві повинні проводитися заходи тільки в наступному порядку: – організаційні (удосконалення виробничої структури, удосконалення організаційної структури управління, диверсифікація виробництва, реструктуризація виробництва тощо); – технічні (оновлення техніко-технологічної бази, переозброєння виробництва, вдосконалення виробів, що виробляється); – економічні важелі та стимули (удосконалення тарифної системи, форми і системи оплати праці, прискорення обігу оборотних коштів тощо)

Резервами підвищення доходу від операційної діяльності є: 1. Постійне удосконалення засобів виробництва: впровадження нової техніки, удосконалення технології виробництва, впроваджувати прогресивні матеріали тощо. Це дозволить значно знизити собівартість продукції і підвищить операційний дохід. 2. Зниження собівартості продукції є найважливішим фактором зростання операційного доходу. На зниження собівартості продукції впливають: економія матеріальних, трудових та фінансових ресурсів, якими розпоряджається підприємство. Максимальна мобілізація резервів зниження собівартості продукції є важливою умовою ефективного функціонування підприємства. 3. Механізоване виробництво потребує значно менше робітників, і це, в свою чергу, зменшить витрати на оплату праці. За рахунок нового обладнання можна збільшити випуск продукції, що призведе до зниження витрат в розрахунку на одиницю продукції. Але після цього підприємству доведеться шукати нові ринки збуту продукції – і в Україні, і за кордоном. Тобто потрібно виділяти деякі кошти на рекламу, це обов'язково принесе необхідний результат. 4. Зі збільшенням обсягу випуску продукції операційний дохід підприємства збільшується не тільки за рахунок зниження собівартості, але і внаслідок збільшення кількості продукції, що випускається. Таким чином, чим більший обсяг виробництва, тим, за інших рівних умов, більше сума одержуваного підприємством доходу. Але зростання доходу на підприємстві означає збільшення відрахувань в державний бюджет.

4. Організація витрат та доходу операційної діяльності.

Згідно з П(С)БО 16, кожне підприємство має право розробляти і використовувати для управління свою номенклатуру статей витрат [4]. Проведене дослідження дає змогу запропонувати при калькулюванні виробничої собівартості продукції, згідно зі специфікою виробництва, такі статті: - сировина; - основні матеріали і напівфабрикати; - допоміжні і пакувальні матеріали; - витрати і втрати по тарі; - паливо, енергія і вода на технологічні цілі; - витрати на оплату праці виробничих працівників; - відрахування на соціальні заходи; - витрати на утримання та експлуатацію машин і обладнання; - загальновиробничі витрати.

Облік операційних витрат є зведеною ділянкою облікового процесу по відношенню до інших ділянок, так як він базується майже на всіх документах первинного і зведеного обліку діяльності

підприємства, і документація по ньому повинна забезпечувати розподіл витрат за економічними елементами, місцями виникнення, статтями та об'єктами калькуляції. Вхідна інформація обліку операційних витрат на виробництво являє собою сформовану на машинних носіях інформацію, що є результатом вирішення задач з обліку основних засобів, запасів, заробітної плати, фінансово-розрахункових операцій, обліку готової продукції, її відвантаження і реалізації.

Лекція № 2.6

Тема лекції: Конкурентоспроможність продукції

План лекції.

1. Загальні положення та фактори конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність товару.
2. Конкуренція успіху підприємства, пов'язана з якістю продукції.
3. Поняття якості продукції, необхідність і зазначення її підвищення в сучасних умовах. Показники і методи оцінювання якості продукції.
4. Управління якістю продукції. Стандартизація продукції: поняття, елементи та принципи здійснення.
5. Економічна ефективність і шляхи підвищення якості продукції.

Література: [1]; [2]; [3]; [10], [18]; [19].

Зміст лекції

1. Загальні положення та фактори конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність товару.

Конкурентоспроможність - це характеристика продукції, яка відображає її відмінність від продукції-конкурента за ступенем задоволення конкретної потреби та витратами на його забезпечення.

Чинники забезпечення конкурентоспроможності продукції:

- продукт - відображає рівень якості продукції, її стиль, унікальність, гарантії та рівень обслуговування, зручність у використанні;
- ціна - рівень ціни в порівнянні з іншими конкурентами, систему знижок, форми оплати та можливість відстрочки у платежах тощо;
- канали збуту - характеризує форми збуту, стан ринку, систему транспортування і складування продукції;
- реалізація - відображає ефективність діяльності маркетингових служб, дієвість реклами, використання систем просування товару на ринок;
- рівень кадрового потенціалу та управлінських структур - кваліфікаційний рівень персоналу підприємства, ефективність використання кадрового потенціалу, прогресивність управлінської структури та її мобільність тощо.

2. Конкуренція успіху підприємства, пов'язана з якістю продукції.

Економічна ефективність підвищення якості та конкурентоспроможності продукції пов'язана з усуненням тих негативних економічних, соціальних та екологічних наслідків, які виникають через недостатній рівень якості. Тому підвищення якості має значний народногосподарський ефект. Цей ефект враховує ефекти і від виробництва, і від експлуатації (споживання) продукції підвищеної якості. Сукупний річний економічний ефект від підвищення якості продукції (Есукуп) визначається як сума річних економічних ефектів при її виробництві і споживанні (експлуатації): $Есукуп = Ев + Ес$, грн. Річний економічний ефект у виробника продукції покращеної і попередньої якості (Ев) може бути також обчислений як різниця приведених витрат на виробництво продукції покращеної і попередньої якості: $Ев = [(C1+R \times K1) - (C2 + R \times K2)] \times Ня$, грн., де C1, C2 - собівартість виготовлення одиниці продукції відповідно попередньої і покращеної якості, грн.; K1, K2 - питомі капіталовкладення у виробництво продукції

відповідно попередньої і покращеної якості, грн. Ня - обсяг продукції підвищеної якості, нат. од.

Економічний ефект у виробника продукції підвищеної якості може мати від'ємне значення, тому підприємство змушене змінити ціну виробу, щоб забезпечити собі необхідний рівень рентабельності виробництва. В такому разі економічний ефект можна обчислити як $\Delta\Pi_a = [(Ц_2 - C_2) - (Ц_1 - C_1)] \times Ня, грн.$, де $\Delta\Pi_a$ - додатковий прибуток за рахунок підвищення ціни на продукцію підвищеної якості, грн.; $Ц_1, Ц_2$ - відповідно ціна одиниці продукції нижчого і вищого сорту, грн.; C_1, C_2 - собівартість одиниці продукції нижчого і вищого сорту, грн. Аналогічно обчислюється додатковий прибуток за рахунок підвищення сортності продукції. Річний економічний ефект у споживачів продукції більш високої якості (E_c) може бути обчислений як зміна річної величини одноразових і поточних витрат: $E_c = [R \times (K_1' \times \alpha_0 - K_2') + (C_1' - C_2')] \times Ня, грн.$, де K_1, K_2 - питомі капітальні вкладення на придбання і експлуатацію виробів попередньої і підвищеної якості, грн.; C_1, C_2 - річна сума експлуатаційних витрат по виробках попередньої і покращеної якості, грн.; α_0 - коефіцієнт еквівалентності (спряження) старої продукції новій за корисним ефектом (продуктивності, терміну служби тощо). В деяких галузях промисловості якість продукції оцінюється за сортами з використанням коефіцієнтів сортності (K_c): $1\ 2\ 2\ 1\ 1\ 2\ 2\ (N\ N)\ Ц\ N\ Ц\ N\ Ц\ K_c + \times \times + \times =$, де N_1, N_2 - відповідно випуск продукції нижчого і вищого сорту, нат. од.

3. Поняття якості продукції, необхідність і зазначення її підвищення в сучасних умовах. Показники і методи оцінювання якості продукції.

Методика оцінки рівня конкурентоспроможності продукції (товару) як інтегрального результату дії широкого спектру чинників передбачає проведення розрахунків у кілька етапів: 1. Аналіз ринку і вимог споживачів з метою визначення номенклатури параметрів (нормативних, технічних, економічних), вибір найбільш конкурентоспроможного товару - зразка для порівняння. 2. Обчислення одиничних показників за окремими параметрами та визначення сукупності параметрів двох товарів для порівняння. 3. Розрахунок групових показників на основі одиничних, які у кількісному виразі відображають відмінність між характеристиками аналізованої продукції та потребами споживачів по окремій групі параметрів. 4. Визначення інтегрального показника по усіх групах параметрів в цілому, який вказує на рівень конкурентоспроможності аналізованого виробу. Еталон для порівняння має належати до однієї групи товарів з аналізованим виробом, мати визначені умови використання і функціональне призначення, бути характерним для вибраного ринку і мати максимальну

Чинники забезпечення конкурентоспроможності продукції • продукт - відображає рівень якості продукції, її стиль, унікальність, гарантії та рівень обслуговування, зручність у використанні; • ціна - рівень ціни в порівнянні з іншими конкурентами, систему знижок, форми оплати та можливість відстрочки у платежах тощо; • канали збуту - характеризує форми збуту, стан ринку, систему транспортування і складування продукції; • реалізація - відображає ефективність діяльності маркетингових служб, дієвість реклами, використання систем просування товару на ринок; • рівень кадрового потенціалу та управлінських структур - кваліфікаційний рівень персоналу підприємства, ефективність використання кадрового потенціалу, прогресивність управлінської структури та її мобільність тощо. Конкурентоспроможність - це характеристика продукції, яка відображає її відмінність від продукції-конкурента за ступенем задоволення конкретної потреби та витратами на його забезпечення кількість переваг для покупців. Товар-еталон повинен повністю відповідати нормативним вимогам майбутнього ринку. Розрахунок нормативних параметрів для оцінки конкурентоспроможності забезпечується за допомогою альтернативного методу і застосований показник має лише два значення: 1 - якщо товар відповідає нормі; 0 - якщо не відповідає нормі.

4. Управління якістю продукції. Стандартизація продукції: поняття, елементи та принципи здійснення.

Якість формується під впливом багатьох чинників, які діють як самостійно, так і у взаємозв'язку між собою на всіх етапах життєвого циклу виробництва. Їх об'єднують у чотири групи: технічні, організаційні, економічні та соціальні.

Показники якості класифікуються за різними ознаками, а саме: за сукупністю властивостей; за кількістю характеристик (одиничні, комплексні, групові, інтегральні); об'єктом оцінювання якості (базові; відносні); за способом визнання (показники, які вимагає споживач; показники, які залежать від

виробника); за способом визначення (прогнозні; проектні; виробничі; експлуатаційні); за методом розрахунку (розрахункові, статистичні, експериментальні, експертні); До показників, класифікованих за сукупністю властивостей, які притаманні тому чи іншому виду продукції, відносяться: фізичні, органолептичні, естетичні, функціональні, ергономічні, довговічності, економічності, екологічні, безпеки, транспортабельності. В свою чергу, фізичні властивості об'єднують такі групи показників як: призначення, технологічності, надійності, функціональної точності, довговічності.

Сучасні системи управління якістю представлені багатьма концепціями та моделями, які розвиваються, удосконалюються та інтегруються в загальну систему управління. В їх межах виробляються відповідний інструментарій та формуються методи управління якістю. Найбільш використовуваними в практиці діяльності сучасних організацій є: концепція TQM (Total Quality Management); система міжнародних стандартів ISO; QFD – технології (метод розгортання функцій якості); моделі ощадливого виробництва (Lean Production); моделі ділової досконалості; система TPM (Total Productive Maintenance), метод перспективного планування якості продукції (Advanced Product Quality Planning APQP), система ДЖИТ (JIT – Just in time); концепції постійних покращень (KAIZEN, KAIRYO); концепція "Шість сигм" ("Six Sigma"); система "20 ключів удосконалення бізнесу".

Реалізація ідей TQM сьогодні втілена в системі міжнародних стандартів ISO. Стандарти ISO є мінімальним набором правил, якими має керуватися кожна організація, діяльність якої спрямовується на постійне покращення та зменшувати кількості проблем як всередині, так і при взаємодії з зовнішніми споживачами (постачальниками і підрядниками, інвесторами, кредиторами, громадянами). Нині розроблено більше 20 тис. міжнародних стандартів. Базовими для всіх систем управління якістю є стандарти ISO серії 9000, розроблені технічним комітетом міжнародної організації ISO (ISO/TC 176) на основі узагальнення накопиченого національного досвіду різних країн щодо розроблення, впровадження та функціонування систем якості. За своїм функціональним призначенням ці стандарти є універсальними, містять опис елементів, що їх мають включати системи якості різних типів організацій і зорієнтовані на управління, яке ґрунтується на якості. Разом з тим, стандарти ISO носять рекомендаційний характер, однак зважаючи на те, що вони акумулюють новітні досягнення науки і техніки провідних країн світу, відображають інтереси більшості країн, тому беруться за основу при розробці національних та регіональних стандартів. Впровадження міжнародних стандартів дозволяє побудувати в організації процесно-орієнтовану модель діяльності, спрямовану на постійні покращання та удосконалення, високу якість виробництва, фінансову стабільність, підвищення конкурентоспроможності. Запровадження цих стандартів впорядковує та спрощує процеси планування, розподілу ресурсів, визначення цілей та оцінювання загальної результативності діяльності організації.

5. Економічна ефективність і шляхи підвищення якості продукції.

Шляхи підвищення якості і конкурентоспроможності продукції поділяються на: - виробничо - технічні (вдосконалення проектування, використання сучасних техніки, технології, вхідний контроль якості сировини, матеріалів і комплектуючих, поліпшення стандартизації); - організаційні (вдосконалення організації виробництва і праці, методів технічного контролю, підвищення кваліфікації кадрів, дотримання технологічної і виробничої дисципліни, забезпечення загальної культури виробництва); - економічні (система прогнозування і планування якості, встановлення прийнятних для виробника і споживача цін, економічне стимулювання виробництва високоякісної продукції); - соціальні (правильна кадрова політика, створення належних умов праці і відпочинку, мотивація праці, активізація людського чинника). В умовах ринку лише комплексне використання перелічених можливостей забезпечать виробництво якісної і конкурентоспроможної продукції.

Лекція № 2.7

Тема лекції: Витрати суб'єктів ринкових відносин

План лекції.

1. Економічна сутність вартості і собівартості продукції. Класифікація витрат віднесених на собівартість (по економічним елементам і статтях калькуляції.).
2. Прямі і непрямі, основні і накладні витрати. Методика розрахунку витрат по

статтях калькуляції.

3. Види і показники собівартості. Шляхи зниження собівартості продукції підприємств.
4. Особливості розрахунку собівартості транспортної продукції. Чинники, що визначають рівень собівартості перевезень.
5. Витрати, що залежать і не залежать від обсягу перевезень, від безпосадовчої діяльності перевезень, від швидкості польоту.
6. Впливи вимог безпеки польотів, охорони праці і навколишнього середовища на собівартість транспортної продукції.
7. Основні шляхи зниження собівартості транспортної продукції. Тарифи, як система цін продукції транспорту.

Література: [1]; [2]; [3]; [5], [18]; [19].

Зміст лекції

1. Економічна сутність вартості і собівартості продукції. Класифікація витрат віднесених на собівартість (по економічним елементам і статтях калькуляції).

Витрати підприємства **операційні** (поточні) - це витрати операційної діяльності підприємства, тобто його основної діяльності, пов'язаної з виробництвом та реалізацією продукції, яка забезпечує основну частку його доходу; частина операційних витрат є повторюваними (циклічними), наприклад, витрати на сировину і матеріали, заробітну плату тощо; інші - мають місце постійно і незалежно від виробництва, наприклад, утримання управлінського персоналу, приміщень, споруд тощо.

інвестиційні - це витрати, пов'язані з довгостроковими вкладеннями підприємством свого капіталу з метою отримання прибутку (капітальне будівництво, реконструкція підприємства, розширення виробництва, придбання довгострокових цінних паперів та ін.

фінансові - це витрати на сплату відсотків за отримані кредити, позики; на сплату коштів фінансовим посередникам за розміщення на первинному ринку цінних паперів (акцій, облігацій), витрати на емісію тощо

Витрати на виробництво відображають витрати на придбання усіх видів ресурсів, які безпосередньо спрямовані на виробництво продукції (виконання робіт, надання послуг). Наприклад, на сировину і матеріали, енергію, спожиту на технологічні цілі, заробітну плату основних робітників із нарахуваннями, амортизацію обладнання та ін. Адміністративні витрати - це витрати підприємства на утримання адміністративно-управлінського персоналу, основних засобів загальногосподарського призначення, витрати на комунальні послуги і послуги зв'язку, на охорону, юридичні, аудиторські послуги тощо. Витрати на збут - витрати підприємства на заробітну плату з нарахуваннями працівників відділу збуту, утримання та амортизацію основних фондів збутових підрозділів, витрати на утримання складів готової продукції, витрати на рекламу, маркетинг тощо. Інші операційні витрати включають витрати підприємства на орендні платежі за орендоване майно, витрати на покриття безнадійних та сумнівних боргів підприємству, витрати на виробничі запаси, реалізовані на сторону, суми втрат від знецінення запасів, нестач і псування товарно-матеріальних цінностей та ін. Прості (одноеlementні) витрати - мають єдиний економічний зміст; наприклад, сировина і матеріали, заробітна плата тощо; комплексні - різномірні за своїм складом і охоплюють декілька елементів витрат, їх ще називають непрямими; наприклад, загальновиробничі та адміністративні витрати, втрати від браку.

2. Прямі і непрямі, основні і накладні витрати. Методика розрахунку витрат по статтях калькуляції.

Прямі - безпосередньо пов'язані з виготовленням даного виду продукції і можуть бути прямо віднесені на її одиницю, наприклад, матеріальні витрати; непрямі - пов'язані з виготовленням різних

виробів і не можуть прямо відноситись на той чи інший вид продукції; наприклад, заробітна плата управлінського і обслуговуючого персоналу, утримання і експлуатація основних фондів тощо.

Калькулюванням собівартості продукції - це процес обчислення собівартості одиниці продукції

Калькулювання собівартості продукції передбачає вибір об'єкта калькулювання, калькуляційної одиниці, методу калькулювання та калькуляційних статей витрат. Об'єкт калькулювання - це продукція (робота, послуга), собівартість яких обчислюється. До них належать готова продукція (основна і допоміжна), напівфабрикат, вузол, деталь, роботи, послуги. Причому йдеться про продукцію, призначену як для реалізації на сторону, так і для внутрішнього споживання. Для кількісного вимірювання об'єкта калькулювання обирається калькуляційна одиниця. За калькуляційну одиницю можуть бути прийняті кг або т маси, м² площі, м³ об'єму, кількість штук та ін.

Методи калькулювання передбачають застосування окремих прийомів розподілу витрат за калькуляційними статтями та віднесення їх на окремих об'єкт калькулювання. Такими прийомами є: 1) калькулювання за повними витратами - передбачає включення у собівартість продукції усіх витрат, пов'язаних з виробництвом та реалізацією продукції: виробничих, адміністративних, збутових та інших операційних витрат підприємства; накладні витрати розподіляються за конкретними об'єктами калькулювання пропорційно до обраної бази розподілу; 2) калькулювання за змінними витратами (Direct Costing) - ґрунтується на визначенні неповної собівартості продукції; при застосуванні цього методу у собівартість продукції включаються лише змінні виробничі витрати.

Номенклатура статей калькуляції наведена вище, а склад кожної з них такий: 1. Стаття «Сировина і матеріали (за мінусом зворотних відходів)» включає витрати на сировину, основні і допоміжні матеріали, куповані вироби і напівфабрикати, а також транспортно-заготівельні витрати; вартість зворотних відходів віднімається за ціною їх можливого використання або реалізації. 2. Стаття «Паливо та енергія на технологічні цілі» включає витрати на паливо, електроенергію, пару тощо, які безпосередньо використовуються в технологічному процесі, за нормами витрат, тарифами та цінами. 3. Стаття «Заробітна плата виробничих робітників» включає витрати на оплату праці робітників, безпосередньо зайнятих виготовленням продукції - основна заробітна плата, яка обчислюється на підставі трудомісткості технологічних операцій, тарифних ставок або відрядних розцінок; витрати на оплату відпусток, часу виконання державних обов'язків, доплати за виконання Методи калькулювання собівартості • нормативний - витрати на одиницю продукції встановлюються за нормами • параметричний - використовується при обчисленні собівартості нових виробів; витрати на проектований виріб встановлюються, виходячи із залежності рівня цих витрат від зміни техніко-економічних параметрів виробу • розрахунково-аналітичний - прямі витрати на виробництво одиниці продукції розподіляються на основі діючих норм, а непрямі - пропорційно обраній базі розподілу 282 додаткових функцій та ін. - додаткова заробітна плата, обчислюється у відсотках до основної. 4. Стаття «Відрахування на соціальні заходи виробничих робітників (тепер - Єдиний соціальний внесок)» включає певні суми нарахувань на фонд оплати праці згідно встановлених законодавством ставок та їх відрахування у вигляді ЄСВ (з розподілом до Пенсійного фонду, фонду страхування на випадок безробіття, фонду із тимчасової втрати працездатності та фонду страхування від нещасних випадків на виробництві). 5. Стаття «Загальновиробничі витрати» включає виробничі накладні витрати на організацію виробництва та управління цехами, дільницями, відділеннями, бригадами та іншими підрозділами основного і допоміжного виробництв, а також витрати на утримання і експлуатацію машин та устаткування; обчислюються шляхом складання кошторису цих витрат на певний період та їх розподілу на одиницю продукції пропорційно обраній базі розподілу. 6. Стаття «Адміністративні витрати» відображає загальногосподарські витрати, пов'язані з управлінням та обслуговуванням підприємства; до них належать витрати на утримання адміністративно-управлінського персоналу, на їх службові відрядження, на утримання основних засобів, інших матеріальних необоротних активів загальногосподарського призначення (оренда, амортизація, ремонт, комунальні послуги), на охорону, юридичні, аудиторські, транспортні послуги; поштово-телеграфні, канцелярські витрати та ін.; обчислюються згідно встановлених норм, тарифів та цін. 7. Стаття «Підготовка та освоєння виробництва» включає витрати на введення в експлуатацію нових підприємств, цехів; підготовку та освоєння виробництва нової продукції, підготовчі роботи в добувних галузях промисловості; списуються на продукцію рівними частками за встановлений період їх відшкодування. 8. Стаття «Інші виробничі витрати» включає сплату відсотків за короткостроковими позиками банків, оплату робіт із сертифікації

та інші витрати, які включаються у собівартість продукції, але не віднесені до перелічених вище статей. 9. Стаття «Витрати на збут (позавиробничі витрати)» включають витрати на пакувальні матеріали, транспортування продукції за умовами договору, витрати на маркетинг і рекламу, на оплату праці та комісійні продавцям, торговим агентам, працівникам відділу збуту, на амортизацію, ремонт і утримання основних фондів та інших матеріальних необоротних активів, які використовуються для забезпечення збуту продукції.

3. Види і показники собівартості. Шляхи зниження собівартості продукції підприємств.

Собівартість продукції - це вартісна форма поточних витрат підприємства на підготовку виробництва, виготовлення продукції та її збут.

Планова собівартість визначається перед початком планового періоду на основі прогресивних норм витрат ресурсів та діючих цін на ресурси в момент складання плану. Фактична собівартість відображає фактичні витрати підприємства на виробництво і реалізацію продукції за даними.

Собівартість продукції - це вартісна форма поточних витрат підприємства на підготовку виробництва, виготовлення продукції та її збут бухгалтерського обліку; може бути нижчою або вищою від планової собівартості. Нормативна собівартість продукції формується із витрат на виробництво та реалізацію продукції, визначених на основі діючих норм витрат ресурсів. Кошторисна собівартість відображає витрати підприємства на виріб або замовлення, які виконуються в одиничному виробництві або в разовому порядку.

Види собівартості:

1. За часом формування витрат: - планова - фактична - нормативна - кошторисна 2. За місцем (послідовністю) формування витрат: - цехова - виробнича - повна 3. За тривалістю розрахункового періоду: - місячна - квартальна - річна 4. За складом продукції: - товарної продукції - валової продукції - реалізованої продукції - незавершеного виробництва 5. За ступенем охоплення підприємств: - індивідуальна – галузева.

4. Особливості розрахунку собівартості транспортної продукції. Чинники, що визначають рівень собівартості перевезень.

З усіх перелічених показників економічної ефективності роботи транспортних систем найбільш повним і ґрунтовним є собівартість транспортування, оскільки комплексно включає в себе всі аспекти економічної ефективності, тобто всі показники ефективності. На сьогоднішній день відсутні завершені системні дослідження щодо стану й перспектив розвитку пасажирського автотранспорту України в умовах реформування економіки, хоча транспортна галузь повинна розвиватись з урахуванням її пріоритету й досягнень науково-технічного прогресу.

Собівартість перевезень – один з основних показників роботи транспорту. Вона визначається розподілом витрат, пов'язаних зі здійсненням транспортної роботи, на кількість перевезених тон або виконаних тонно-кілометрів. У повну собівартість автомобільних перевезень входять витрати на транспортування ТР S, що враховуються автотранспортними підприємствами, виконання експедиційних операцій E S, навантажувально-розвантажувальних робіт Н Р S – і дорожня складова: $D S 38 \sum ST = STP + S E + S H - P + S D$. Собівартість перевезень, що враховується автотранспортними підприємствами, включає змінні витрати (на паливо, експлуатаційні матеріали, шини, технічне обслуговування й поточний ремонт рухомого складу, а також амортизаційні відрахування на відновлення рухомого складу і його капітальний ремонт) і постійні (заробітна плата водіїв, накладні витрати). Нормативні змінні витрати розраховують на 1 км пробігу рухомого складу, а постійні – на 1 годину його роботи. При відрядній оплаті праці водіїв витрати по заробітній платі можна визначати й безпосередньо з розрахунку на 1 т (1 ткм) виходячи з відрядних розцінок на 1 т (1 ткм). Змінні витрати на 1 км пробігу автомобілів у значній мірі залежать від дорожніх, атмосферно-кліматичних й інших умов експлуатації автомобілів. Відповідно до умов експлуатації встановлюють диференційовані норми витрати палива й витрат на експлуатацію.

5. Витрати, що залежать і не залежать від обсягу перевезень, від безпосадовної діяльності перевезень, від швидкості польоту.

Ключовим аспектом формування ціни є визначення собівартості продукції. Для калькуляції собівартості перевезень важливе значення має групування експлуатаційних витрат по окремих признаках.

Основний принцип калькуляції витрат по авіалініях полягає у виділенні прямих витрат, що безпосередньо відносяться до витрат по типах ПС на конкретній авіалінії і розподілу решти витрат, що розглядаються як дотичні, на основі різних вимірювань. Витатки авіаційного підприємства з експлуатації ПС на авіалінії розглядаються зазвичай в складі польотних витрат і витрат на літако-вильоти.

Структура польотних витрат:

- витрати на авіаційне паливо – виходячи з часки використаного палива та об'ємів заправок в аеропортах по ділянках маршрутів рейсу та цін на авіаційне паливо в базових та транзитних аеропортах;
- амортизаційні витрати, вартість капітального ремонту, страхування ПС, витрати на авіатехніку, оплата праці основного складу з відрахуваннями на державне, соціальне та обов'язкове медичне страхування, пенсійне забезпечення та в державний фонд зайнятості населення, спецодяг, страхування польотного складу та ін. польотні витрати (без витрат на періодичне технічне обслуговування ПС та витрат на маршруті) на основі собівартості польотної години по типу ПС і польотного часу рейсів;
- витрати на періодичне технічне обслуговування ПС виходячи з собівартості нормо-години по технічному огляду ПС, кількості нормо-годин і польотного часу рейсів;
- витрати на аеронавігаційне обслуговування ПС на повітряних трасах країни, що формуються відповідно до встановлених цін на 100 км. Обслуговування польотів для ПС в залежності від максимальної взлітної ваги та відстані по маршруту;
- витрати за користування маршрутним аеронавігаційним обладнанням в зоні управління повітряними рухами кожної іноземної країни;
- витрати на бортове харчування пасажирів та основний склад в базових (транзитних) аеропортах – на основі вартості раціону бортового харчування пасажирів (екіпажу) по різних класах обслуговування у відповідності до встановленого розпорядку та кількості пасажирів (складу екіпажу) на певному типі ПС.

Методи розрахунку собівартості авіаційних перевезень

На основі загальної суми витрат і загального обсягу перевезень

На основі загальної суми витрат і обсягу перевезень у підприємствах ЦА визначається середня собівартість продукції за планом і звітом щоквартально, у цілому за рік відповідно до інструкції з калькулювання і обліку експлуатаційних витрат, за видами авіації і робіт нетранспортного застосування і офіційною звітністю.

В той же час собівартість за типами ПС та видами перевезень не розраховується.

Проведений автором аналіз теоретичних досліджень цих проблем показав, що більш широкого застосування методи визначення собівартості перевезень за типами ПС набули при оцінці ефективності ПС, яких проектується та при техніко-економічних дослідженнях.

На основі собівартості льотної години і годинної продуктивності польотів повітряних суден

На основі загальної суми витрат і обсягу перевезень у підприємствах ЦА визначається середня собівартість продукції за планом і звітом щоквартально, у цілому за рік відповідно до інструкції з калькулювання і обліку експлуатаційних витрат, за видами авіації і робіт нетранспортного застосування і офіційною звітністю.

В той же час собівартість за типами ПС та видами перевезень не розраховується.

Метод розрахунку застосовується для визначення її середньогалузевої собівартості авіаперевезень та робіт з нетранспортного застосування авіації за типами ПС, собівартості й рентабельності перевезень і експлуатації ПС, собівартості авіаперевезень за типами ПС у підприємствах з меток розвитку внутрішньовиробничого розрахунку тощо.

На основі собівартості транспортних операцій

Метод визначення собівартості перевезень на основі собівартості транспортних операцій широко застосовується при техніко-економічному аналізі. Даний метод одержав широке розповсюдження на залізничному та водному транспорті і може застосовуватись у багатьох сферах діяльності

авіапідприємств, проектних та науково-дослідних організаціях. Сфера застосування даного методу ширша, ніж методу на основі собівартості льотної години та годинної продуктивності польотів. Він застосовується для визначення рентабельності перевезень експлуатації ПС, економічно-раціональних сфер застосування типів ПС, що знаходяться у експлуатації, оптимального розподілу ПС по лініях та місцях базування. оперативного аналізу собівартості продукції із застосуванням комп'ютерної техніки, удосконалення господарського розрахунку, правильної побудови цін (тарифів) на авіатранспортну продукцію, визначення економічно раціональних сфер застосування повітряного транспорту у транспортному комплексі України та ін.

6. Впливи вимог безпеки польотів, охорони праці і навколишнього середовища на собівартість транспортної продукції.

Метою управління тарифною сукупністю авіакомпанії є забезпечення пасажирськими перевезеннями, що відповідають заданим вимогам конкуренції на ринку при мінімізації негативного впливу зовнішньоекономічного середовища, з урахуванням інтересів споживача, вимог безпеки та міжнародних екологічних стандартів.

Збір за авіаційну безпеку компенсує витрати на забезпечення комплексу заходів, які здійснюють певні підрозділи аеропорту щодо захисту пасажирів, членів екіпажу ПС, працівників аеропорту і авіакомпаній від загрози їх життю і здоров'ю, а також повітряних суден, аеропортових споруд, обладнання і вантажу від знищення (втрати) або пошкодження.

7. Основні шляхи зниження собівартості транспортної продукції. Тарифи, як система цін продукції транспорту.

Джерелами зниження собівартості продукції є ті витрати, за рахунок економії яких знижується собівартість продукції, а саме: - витрати уречевленої праці, які можуть бути знижені за рахунок покращення використання засобів та предметів праці; - витрати живої праці, які можуть бути скорочені завдяки зростанню продуктивності праці; - адміністративно-управлінські витрати.

Зниження собівартості продукції досягається за рахунок різних чинників, тобто заходів, які викликають зміну її складових. Всі чинники поділяються на дві групи: народногосподарські та виробничі. Загальноекономічні не залежать від діяльності підприємства і визначаються на державному або галузевому рівнях, наприклад, зміна вартості енергоносіїв, нормативів відрахувань на соціальне страхування, пенсійне забезпечення, перегляд тарифних ставок, митних правил та ін. Виробничі (техніко-економічні) - це чинники, які залежать від діяльності конкретного підприємства. До них належать: - підвищення технічного рівня виробництва; - вдосконалення організації виробництва і праці; - зміна обсягу і структури продукції. Врахування техніко-економічних чинників дозволяє планувати оптимальний рівень витрат і завдання по їх зниженню. Основними шляхами зниження собівартості продукції є скорочення тих витрат, які мають найбільшу питому вагу в її структурі.

Лекція № 2.8

Тема лекції: Фінансово-економічні результати суб'єктів господарювання План лекції.

1. Суть, форми і методи організації фінансової діяльності суб'єктів ринкових відносин.
2. Поняття і види прибутку суб'єктів ринкових відносин. Чинники, що впливають на формування розміру прибутку.
3. Розподіл прибутку суб'єктів ринкових відносин. Основні функції і шляхи збільшення прибутку суб'єктів ринкових відносин.
4. Рентабельність як узагальнюючий показник ефективності діяльності суб'єктів ринкових відносин. Види рентабельності.
5. Порядок визначення рентабельності суб'єктів ринкових відносин.

Література: [15]; [17]; [18]; [19].

Зміст лекції

1. Суть, форми і методи організації фінансової діяльності суб'єктів ринкових відносин.

Розвиток підприємств у прямому розумінні залежить від обсягу реалізації продукції та одержаних при цьому фінансових результатів. Сам процес реалізації продукції підприємства є визначальним у його діяльності. Він завершує оборот коштів, дозволяє відшкодувати понесені підприємством витрати, сплатити податки та інші платежі, відсотки за кредитами, виплатити заробітну плату своїм працівникам, дивіденди власникам та ін. Доходи від реалізації продукції виступають основним джерелом прибутку підприємства, який є запорукою стабільності його функціонування на ринку. Сутність доходу підприємства визначена Національними стандартами бухгалтерського обліку в Україні.

Дохід (виручка) від реалізації продукції визначений як загальний дохід (виручка) від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг без вирахування наданих знижок, повернення проданих товарів і податків з продажу (ПДВ, акцизного податку та ін.).

Основними чинниками, які впливають на величину виручки від реалізації продукції, є: - обсяг виробництва продукції; Ключові терміни і поняття дохід, чистий дохід, прибуток, балансовий прибуток, чистий прибуток, функції прибутку, прибутковість, рентабельність, показники рентабельності, рентабельність продукції, рентабельність виробництва, фінансово-економічний стан підприємства, показники прибутковості, показники ліквідності, показники платоспроможності, ефективність виробництва, види ефективності виробництва, економічна ефективність, соціальна ефективність, показники ефективності виробництва, резерви і чинники підвищення ефективності виробництва Дохід (виручка) від реалізації продукції визначений як загальний дохід (виручка) від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг без вирахування наданих знижок, повернення проданих товарів і податків з продажу (ПДВ, акцизного податку та ін.) - оптимізація каналів розподілу продукції, стимулювання збуту; - ефективна сучасна реклама, яка б відповідала вимогам споживачів та підтримувала репутацію продукції і підприємства; - розширення асортименту та підвищення якості продукції; - ритмічність роботи підприємства тощо.

2. Поняття і види прибутку суб'єктів ринкових відносин. Чинники, що впливають на формування розміру прибутку.

Прибуток - це частина доходу, яка залишається підприємству після відшкодування усіх витрат, пов'язаних з виробництвом, реалізацією продукції та іншими видами діяльності.

Валовий (балансовий) прибуток - розраховується як різниця між чистим доходом від реалізації продукції і собівартістю реалізованої продукції. Балансовий прибуток, скоригований на різницю інших операційних доходів та операційних витрат, - це операційний прибуток підприємства. Інші операційні доходи відображають суми доходів від операційної діяльності підприємства, крім доходу (виручки) від реалізації продукції: від оренди майна, від операційних курсових різниць, від реалізації оборотних активів (крім фінансових інвестицій), відшкодування раніше списаних оборотних активів тощо. Операційні витрати включають адміністративні витрати, витрати на збут, інші операційні витрати (собівартість реалізованих виробничих запасів, сумнівні (безнадійні) борги та втрати від знецінення запасів, втрати від операційних курсових різниць, економічні санкції, відрахування на забезпечення таких операційних витрат, а також усі інші витрати, які виникають в процесі операційної діяльності підприємства (крім витрат, які включаються у собівартість реалізованої продукції). Операційний прибуток, скоригований на величину фінансових та інших доходів і фінансових та інших витрат, є прибутком від звичайної діяльності. Фінансові та інші доходи включають: доходи від інвестицій в інші підприємства, дивіденди, відсотки та інші доходи від фінансових інвестицій, доходи від не операційних курсових різниць та ін. Фінансові та інші витрати включають: сплату 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 прибутком до оподаткування

(оподатковуваним прибутком), тобто з нього сплачується податок на прибуток. В особливих випадках прибуток від звичайної діяльності після оподаткування коригується на суму надзвичайного доходу та надзвичайних витрат, які можуть мати місце внаслідок надзвичайної події (стихійного лиха, пожежі, техногенної аварії та ін.). Після цих «операцій» у підприємства в розпорядженні залишається чистий прибуток.

З чистого прибутку підприємства сплачуються борги та проценти за кредити, а решта розподіляється у двох напрямках: - фонд нагромадження (реінвестований прибуток) - створення резервного фонду, фонду розвитку виробництва тощо; - фонд споживання - виплати власникам, акціонерам, матеріальні заохочення персоналу за результатами роботи, вирішення соціальних питань та ін.

Отже, у підсумку, прибуток будь-якого підприємства формується за рахунок таких джерел:

1) прибуток від реалізації продукції (виконання робіт, надання послуг); це прибуток від операційної діяльності; 2) прибуток від продажу майна включає прибуток від продажу матеріальних (основних фондів) і нематеріальних активів, цінних паперів інших підприємств тощо; визначається як різниця між ціною продажу та балансовою (залишковою) вартістю об'єкта продажу; 3) прибуток від позареалізаційних операцій - це прибуток від спільної діяльності підприємств, проценти по реалізації акцій, облігацій та інших цінних паперів, штрафи, які сплачуються іншими підприємствами за порушення договірних зобов'язань, доходи від володіння борговими зобов'язаннями, роялті.

3. Розподіл прибутку суб'єктів ринкових відносин. Основні функції і шляхи збільшення прибутку суб'єктів ринкових відносин.

Прибутковість є показником, який комплексно характеризує ефективність діяльності підприємства, дозволяє оцінити ефективність управління ним, оскільки забезпечення достатнього рівня прибутковості залежить від оперативності та правильності прийнятих управлінських рішень. Прибутковість діяльності підприємства безпосередньо пов'язана з отриманням підприємством прибутку, але її не можна ототожнювати з його абсолютною сумою. Прибутковість - це відносний показник, який ще називається рентабельністю. У порівнянні з абсолютними показниками прибутку, показники прибутковості мають такі переваги: їм властиві більш широкі можливості порівняння та менша залежність від інфляційних процесів.

4. Рентабельність як узагальнюючий показник ефективності діяльності суб'єктів ринкових відносин. Види рентабельності.

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

Рентабельність вимірюється у відсотках або коефіцієнтах і як показник має кілька різновидів (модифікованих форм), які залежать від використовуваних у розрахунках прибутку і ресурсів (витрат). Тому розрізняють кілька показників прибутковості (рентабельності) для оцінки ефективності діяльності підприємства та його фінансово-економічного стану. 1) рентабельність інвестицій (капіталу) (Рі) - це відношення чистого прибутку підприємства (Пч) до загальної суми інвестицій.

Різновидами цього показника є: - рентабельність власного капіталу (Рвл кап) - відношення чистого прибутку підприємства (Пр чист) до величини його власного капіталу (Квл)

2) рентабельність продукції (Рпрод) - характеризує ефективність витрат на її виробництво та збут і є відношенням прибутку від реалізації продукції (Преал) до повної собівартості реалізованої продукції (Среал) 3) рентабельність окремих видів продукції (Рі). 4) рентабельність виробництва (Рвир) - відношення чистого прибутку підприємства до суми середньорічної вартості основних виробничих фондів підприємства і середньорічних залишків нормованих оборотних засобів. 5) рентабельність продажу продукції (обороту) (Реал) - відношення 302 прибутку від реалізації продукції до обсягу реалізованої продукції (РП)

5. Порядок визначення рентабельності суб'єктів ринкових відносин.

Рентабельність вкладених коштів

- загальний рівень рентабельності підприємства:

$$P_{\Pi} = (ВП/С) \times 100 \%$$

де ВП — валовий прибуток підприємства, грн.;

С — загальна виробнича собівартість, грн.

- рентабельність виробничих фондів:

$$P_{ВФ} = \frac{ВП}{ОФ} \times 100\%,$$

де ОФ — вартість виробничих фондів, грн.

- рентабельність сукупних активів:

$$P_{СА} = \frac{ВП}{А} \times 100\%,$$

де А — середня сума активів балансу підприємства, грн.

- рентабельність власного (акціонерного) капіталу:

$$P_{ВК} = \frac{ЧП}{ВК} \times 100\%,$$

де ЧП — чистий прибуток підприємства, грн.;

ВК — сума власного капіталу, грн.

Рентабельність продукції

$$P_{\Pi} = \frac{ВП}{С_{ТП}} \times 100\%,$$

або: $P_{\Pi} = (ВП/Q) \times 100 \%$

де С_{ТП} — повна собівартість товарної реалізованої продукції, грн.;

Q — обсяг реалізованої продукції, грн

Інші види

- Рентабельність основних засобів — відношення чистого прибутку до основних засобів
- Рентабельність продаж (Margin on sales, Return on sales) — відношення чистого прибутку до виторгу.
- Рентабельність активів (ROA) — відношення операційного прибутку до середнього за період розміру сумарних активів
- Коефіцієнт базової прибутковості активів (Basic earning power) — відношення прибутку до виплати податків і відсотків від одержання до сумарної величини активів
- Рентабельність власного капіталу (ROE) — відношення чистого прибутку до середнього за період розміру власного капіталу
- Рентабельність інвестованого капіталу (ROIC) — відношення чистого операційного прибутку до середнього за період власного і залученого капіталу

$ROI = (\text{чистий прибуток} - \text{розмір вкладень}) / \text{розмір вкладень} \times 100 \%$

- Рентабельність сумарних активів (ROTA) = Прибуток до оподаткування / Сукупні активи
- Рентабельність чистих активів (RONA) = Прибуток до оподаткування / Чисті активи
- Рентабельність націнки (Profitability of the margin) — відношення собівартості продукції до продажної ціни
- Рентабельність загальних витрат — відношення чистого прибутку до загальних витрат
- Рентабельність виробництва = Прибуток / (Вартість основних фондів + вартість оборотних коштів)

Лекція № 2.9

Тема лекції: Розвиток суб'єктів господарювання: сучасні моделі, трансформація і реструктуризація План лекції.

1. Сутність реструктуризації та реорганізації суб'єктів ринкових відносин.
2. Особливості реорганізації акціонерних товариств. Укрупнення суб'єктів

ринкових відносин.

3. Подрібнення суб'єктів ринкових відносин без зміни розмірів суб'єктів ринкових відносин (перетворення).
4. Зарубіжний досвід проведення реорганізації суб'єктів ринкових відносин.

Література: [9]; [10]; [17]; [18], [19].

Зміст лекції

1. Сутність реструктуризації та реорганізації суб'єктів ринкових відносин.

Ринкова система господарювання є досить демократичною, але водночас дуже жорсткою: в умовах конкуренції підприємства змушені боротись за ресурси, ринки, технології, споживачів тощо. Часто вони повинні просто виживати, тобто зберігати свою життєздатність у складних ринкових умовах і створювати передумови збереження цієї життєздатності у стратегічній перспективі.

Реструктуризація підприємства - це здійснення організаційно - господарських, фінансово-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на реорганізацію підприємства, що сприятиме його фінансовому оздоровленню, збільшенню обсягів випуску конкурентоспроможної продукції, підвищенню ефективності виробництва та задоволенню вимог кредиторів.

Метою проведення реструктуризації є створення таких господарюючих суб'єктів, які здатні виготовляти конкурентоспроможну продукцію, бути технічно забезпеченими і фінансово дієздатними. Реструктуризація на рівні підприємства стосується перебудови усіх сфер його діяльності: від виробничо-технічних та організаційних систем до фінансових аспектів та проблем власності. Вона має забезпечити, в кінцевому підсумку, платоспроможність підприємства внаслідок зменшення витрат, підвищення продуктивності праці, запровадження нової технології, модернізації обладнання та ін.

Реструктуризація передбачає зміну: Чинники реструктуризації Зовнішні: • технологічний прогрес • міжнародна економічна інтеграція • докорінні зміни на ринках розвинутих країнах • політика уряду Внутрішні: - незадовільний рівень загального менеджменту - слабкий фінансовий менеджмент з питань управління грошовими потоками, прийняття інвестиційних рішень, управління витратами - неконкурентоспроможність продукції - високий рівень витрат - слабкий маркетинг - конфлікт інтересів Реструктуризація підприємства - це здійснення організаційно - господарських, фінансово-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на реорганізацію підприємства, що сприятиме його фінансовому оздоровленню, збільшенню обсягів випуску конкурентоспроможної продукції, підвищенню ефективності виробництва та задоволенню вимог кредиторів майна (правового статусу) підприємства; о організаційної структури підприємства; о виробничої структури; о структури виробничої програми; о структури залученого капіталу; о структури активів; о структури доходів і витрат; о структури персоналу; о інформації; о інших структур.

Часткова реструктуризація підприємства використовується для відновлення його технічної і економічної дієздатності шляхом додаткової емісії цінних паперів, переоцінки активів, зниження дебіторської заборгованості, переоформлення боргів тощо.

Комплексна реструктуризація охоплює більш суттєві зміни у формі розробки нової організаційної структури, технічної, технологічної і продуктової політики, змін у менеджменті та ін.

Санатійна (відновна) реструктуризація застосовується у випадку передкризового або кризового стану підприємства і прагненні вийти з нього. Ознаками такого стану є: втрата ринкових позицій, проблеми з постачанням та залишками матеріалів, значні обсяги незавершеного виробництва, запасів готової продукції, заборгованість перед банками, кредиторами і державою, втрата ліквідності.

2. Особливості реорганізації акціонерних товариств. Укрупнення суб'єктів ринкових відносин.

Порядок реорганізації акціонерних товариств регламентується законами України "Про господарські товариства" (1576-12), "Про цінні папери і фондову біржу" (1201-12), "Про державне регулювання ринку цінних паперів" (448/96-ВР) та "Про підприємництво" (698-12).

Укрупнення підприємств здійснюється за наявності економічної вигоди для всіх учасників такої реорганізації. До основних мотивів, які можуть спонукати суб'єктів господарювання до реорганізації шляхом укрупнення, можна віднести такі: 1) ефект синергізму. 2) прагнення заволодіти ліцензіями, патентами, ноу-хау, які є в розпорядженні та належать іншому підприємству; 3) отримання надійного постачальника основних факторів (ресурсів) виробництва (наприклад, сировини, комплектуючих, енергоресурсів тощо); 4) зменшення ступеня ризику при виході на нові ринки збуту та розширенні (збільшення) їх кількості; 5) зменшення кількості конкурентів. Придбання аналогічних підприємств галузі дає змогу підприємству розширити межі своєї діяльності та зменшити інтенсивність конкуренції; 6) зменшення податкових платежів. Прибуткове підприємство може придбати інше, збиткове, підприємство з цілями зменшення прибутку, що підлягає оподаткуванню тобто фірма купує компанію, яка має від'ємний об'єкт оподаткування, і таким чином отримує економію на податкових платежах. 7) придбання активів за ціною, яка нижче за їх справедливую вартість. Мова йде про придбання активів за ціною, яка нижча за вартість заміщення, передачі технологічних і управлінських знань та навичок (технологічні трансферти) тощо; 8) диверсифікація активів та діяльності з метою зменшення ризиків та підвищення потенціалу прибутковості діяльності підприємства; Диверсифікація — це процес розвитку діяльності підприємства, пов'язаний із збільшенням діапазону видів та проникненням в нові сфери діяльності, освоєнням нових виробництв, розширенням асортименту товару, що включає не тільки диверсифікацію товарних груп, але й розповсюдження підприємницької діяльності на нові та не пов'язані з основними видами діяльності фірми; 9) попередження захоплення підприємства крупними корпоративними

Розрізняють такі види укрупнення: - горизонтальне укрупнення представляє собою об'єднання двох або більше підприємств, які виробляють однаковий тип продукції або надають однакові послуги, виконують однакові роботи; - вертикальне укрупнення являє собою об'єднання одного підприємства з його постачальником сировини або споживачем продукції; - діагональне укрупнення представляє собою об'єднання підприємств різних галузей та видів діяльності. Воно здійснюється з метою диверсифікації діяльності.

3. Подрібнення суб'єктів ринкових відносин без зміни розмірів суб'єктів ринкових відносин (перетворення).

Формами реструктуризації підприємств можуть бути:

1. Конверсія. Підприємство переходить на випуск принципово нового виду продукції, яка має нове призначення і зміст. При цьому освоюється випуск такої продукції, яка користується попитом і є ліквідною. При такій формі реструктуризації варто якомога ефективніше використати будівлі, споруди, виробничі площі, наявне обладнання існуючих підприємств.

2. Диверсифікація передбачає одночасний розвиток багатьох виробництв, непов'язаних один з одним за видами виробництва, асортиментом продукції. Є характерною для великих компаній у розвинених країнах, коли внаслідок внутрішньої нестійкості, існування певних ризиків підприємства об'єднуються або входять до складу великого монополістичного об'єднання. Такі об'єднання перетворюються у складні комплекси, часто технологічно не пов'язані між собою.

3. Розукрупнення підприємства відбувається, коли на базі великого підприємства створюються декілька самостійних підприємств шляхом виділення окремих структурних підрозділів для подальшої їх діяльності (без або зі створенням нових юридичних осіб).

4. Зарубіжний досвід проведення реорганізації суб'єктів ринкових відносин.

Варто відзначити і той факт, що в зарубіжній літературі злиття та приєднання не виокремлюються як форми реорганізації. Для характеристики процесів об'єднання в країнах ЄС використовується термін merger, під яким розуміється об'єднання двох компаній, при якому одна з них втрачає свою марку (російською – «вливание, присоединение»). У США аналогічні угоди характеризуються терміном consolidation, зміст якого ідентичний українському розумінню суті категорії «злиття». У зарубіжній практиці прийнято виділяти різноманітні типи злиття компаній. Найбільш важливими ознаками типології цих процесів є: – характер інтеграції компаній; – національна належність компаній, що об'єднуються; – ставлення компаній до злиття; – спосіб об'єднання потенціалу; – умови злиття; – механізм злиття. Отже,

за характером інтеграції компаній вирізняють такі види злиття: – горизонтальне – це об'єднання компаній однієї галузі, які виробляють однаковий товар чи виконують однакові (подібні) стадії виробництва; – вертикальне – це об'єднання компаній різних галузей, які пов'язані технологічним процесом виробництва, тобто розширення компанією-покупцем своєї діяльності або на попередні виробничі стадії, або на наступні, аж до реалізації продукції кінцевому споживачеві; – родові злиття – об'єднання компаній, які виробляють взаємопов'язані товари; – конгломеративні злиття – об'єднання компаній різних галузей без наявності виробничої спільності, тобто злиття фірми однієї галузі з фірмою іншої, яка не є ані постачальником, ані споживачем, ані конкурентом, і у рамках конгломерату компанії, що об'єднуються, не мають ні технологічної, ні цільової спільності з основною діяльністю фірми-інтегратора.

Можна виділити три різновиди конгломеративного злиття: 1) злиття з розширенням продуктової лінії, тобто злиття неконкуруючих продуктів, канали реалізації та процес виробництва яких схожі; 2) злиття з розширенням ринку, тобто придбання додаткових каналів реалізації продукції, в нових районах збуту, які раніше не обслуговувались; 3) чисті конгломеративні, що не передбачають спільності. Залежно від національної належності об'єднуваних компаній виділяють: – національні злиття – об'єднання компаній, які знаходяться в межах однієї держави; – транснаціональні – злиття компаній, які знаходяться у різних державах, тобто придбання компаній в інших державах. Враховуючи глобалізацію господарської діяльності, у сучасних умовах характерною ознакою стає злиття та поглинання не тільки компаній різних держав, але й транснаціональних корпорацій. Залежно від ставлення керівництва персоналу до угоди про злиття можна виділити: – дружні злиття, за яких керівний склад та акціонери обох компаній підтримують цю угоду; – ворожі злиття, за яких керівний склад цільової компанії не згоден з угодою та виконує низку протидієвих дій; у цьому випадку компанія, що є покупцем, має вчиняти на ринку цінних паперів дії проти цільової компанії з метою її поглинання. Залежно від способу об'єднання потенціалу в зарубіжній практиці виділяють такі типи злиття: – корпоративні альянси (союзи) – це об'єднання двох або кількох компаній, що сконцентровані на окремому напрямі бізнесу, який забезпечує отримання синергічного ефекту, в інших видах діяльності фірми діють самостійно; – корпорації – цей тип злиття має місце тоді, коли об'єднуються всі активи фірм, які залучаються до угоди. У свою чергу, залежно від того, який потенціал у перебігу злиття об'єднується, можна виділити: – виробничі злиття – це злиття, за якого об'єднуються виробничі потужності двох або кількох компаній з метою отримання синергічного ефекту за рахунок збільшення масштабів діяльності; – чисто фінансові злиття – це злиття, за якого компанії, що об'єднуються, не діють як одне ціле, при цьому не очікується виробничої економії, але має місце централізація фінансової політики, яка сприяє посиленню позицій на ринку цінних паперів, у фінансуванні інноваційних проектів тощо. Залежно від умов злиття виокремлюються: – злиття на паритетних умовах (50/50); – злиття на непаритетних умовах (поглинання), за якого власники компанії, що поглинається, втрачають реальні можливості управління у зв'язку з невеликою часткою власності, якою вони володіють (менше ініціативного пакета власності – 25 %). Деяких завдань реорганізації, таких як диверсифікація діяльності, вихід на нові ринки, одержання доступу до ресурсів, створення концернів, холдингів тощо можна досягти не тільки на основі приєднання або злиття підприємств, а й в результаті придбання великого пакету корпоративних прав іншого суб'єкта господарювання (поглинання). Операції поглинання інших суб'єктів господарювання в економічній літературі носять назву аквізиції. Аквізиція (від лат. *acquisitio* – придбавати, досягати) – це скупка корпоративних прав підприємства, у результаті чого покупець набуває контроль над чистими активами та діяльністю такого підприємства. Придбання може здійснюватися в обмін на передачу активів, прийняття покупцем на себе зобов'язань або випуску акцій. При цьому покупцем вважають суб'єкта господарювання (підприємство А), до якого переходить контроль над господарською діяльністю іншого господарюючого суб'єкта (підприємства Б). Слід наголосити, що в результаті класичної операції аквізиції підприємство Б (об'єкт поглинання) зберігає статус юридичної особи, існуючу правову форму організації бізнесу. Змінюються суб'єкти контролю над ним, тобто власники, які контролюють це підприємство. Досить часто операції поглинання (приєднання, злиття) здійснюються через посередників, які за відповідну винагороду відшуковують на ринку відповідні об'єкти для аквізиції.

В англосаксонській практиці господарювання такі операції дістали назву *mergers&acquisitions* (M&A). Під поняттям M&A об'єднуються як операції типу *merger* (злиття), так і *acquisition* (придбання). Причому на практиці останні значно переважають. До основних мотивів M&A можна віднести такі: –

диверсифікація фінансових інвестицій; – створення концернів, інших інтегрованих корпоративних структур; – отримання прибутку в результаті придбання підприємств із заниженою вартістю. Вирішальним чинником, який впливає на рішення щодо придбання підприємств, є їхня вартість, оскільки неправильна оцінка вартості об'єкта поглинання зумовлює помилковість політики аквізицій. Наслідком такої політики є виникнення дефіциту Free Cash-flow (від англ. – вільний грошовий потік) та зниження вартості підприємства, що здійснило придбання іншого.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ареф'єва О.В. Бізнес-процеси підприємств сфери послуг: фактори, формування, конкурентноспроможність: монографія / О.В. Ареф'єва, Т.В. Луцька; Європейський ун-т. – К.: Вид. Європейського ун-ту, 2009. – 96с.
2. Бойчик І.М. Економіка підприємства: підручник. / І.М. Бойчик. – К.: Кондор-Видавництво, 2016. – 378 с.
3. Бочко О. Ю. Основи планування діяльності підприємств невиробничої сфери : навч. посіб. / О. Ю. Бочко, В. Ф. Проскура. – К. : Ліра-К, 2014. – 218 с.
4. Васильців Т. Г. Економіка малого підприємства : навч. посіб. / Т.Г. Васильців, О. І. Ляш, Н. Г. Міценко ; за ред. д-ра екон. наук Т.Г. Васильціва. – К. : Знання, 2013. – 446 с.
5. Гиль О. О. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств : навч. посіб. / О. О. Гиль. – К. : Ліра-К, 2015. – 248 с.
6. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства: Навчальний посібник. – / В.І. Гринчуцький, Е.Т. Карапетян, Б.В. Погріщук. - К.: Центр учбової літератури, 2010. – 304 с.
7. Економіка підприємства./ За заг.ред. З.В. Герасимчук. – Луцьк: «Надстир'я», 2010.
8. Заблоцький Б. Ф. Економіка і організація іноваційної діяльності : навч. посіб. / Заблоцький Б. Ф.. – 2-ге вид. – К. : Ліра-К, 2015. – 428 с.
9. Карпунь І. Н. Санація підприємств : навч. посіб. / І.Н.Карпунь. – К. : Ліра- К, 2015. – 448 с.
10. Ковтун О. І. Стратегія підприємства: практикум / О.І.Ковтун. – К. : Ліра-К, 2014. – 308.
11. Кондрашихін А. Б. Теорія та практика підприємницького ризику (Авторизований доступ) : навч. пос. / А. Б. Кондрашихін, Т. В. Пепа. – К. : ЦУЛ, 2009. – 224 с.
12. Круш П. В. Економіка (розрахунки фінансовоінвестиційних операцій в EXCEL) : навч. посіб. / П. В. Круш. – К. : Цул, 2014. – 256 с.
13. Лазебний В. С. Основи інтелектуальної власності : навч. посіб. / В. С. Лазебний, Г. М. Розорінов, С. В. Толюпа. – К. : Ліра-К., 2014. – 160 с.
14. Мороз В. С. Організація виробництва : навч. посіб. / В.С.Мороз, А. С. Тельнов. –К. : Ліра-К, 2015. – 256 с.
15. Непочатенко О. О. Фінанси підприємств : підручник / О.О.Непочатенко. – К. : ЦУЛ, 2013. – 504 с.
16. Останкова Л. А. Аналіз, моделювання та управління економічними ризиками: навч. посіб. / Л. А. Останкова, Н. Ю. Шевченко. – К. : ЦУЛ, 2011. – 256 с.
17. Петухова О. М. Інвестування : навч. посіб. / О. М. Петухова. – К. : Цул, 2014. – 336 с.

18. Шарко М. В. Економіка підприємства : навч. посіб. / М. В. Шарко, Н. В. Мешкова-Кравченко, О. М. Радкевич. – Херсон : Олді-плюс, 2014. – 436 с.

19. Яркіна Н.М. Економіка підприємства : Навч. посіб. / Н. М. Яркіна. – Вид. 2-ге перероб. і доп. – К. : Видавництво Ліра-К, 2017. – 600 с.

Інформаційні ресурси в Інтернет

1. www.kmu.gov.ua
2. <https://www.rada.gov.ua/>
3. <https://zakon.rada.gov.ua/>
4. <https://www.me.gov.ua/>
5. <https://amcu.gov.ua/>
6. <http://www.ukrstat.gov.ua>
7. <http://www.imf.org>
8. <http://www.minfin.gov.ua>
9. <http://www.bank.gov.ua>
10. <http://www.radakmu.org.ua>
10. <http://www.worldbank.org>