

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Криворізький фаховий коледж
Державного некомерційного підприємства
«Державний університет «Київський авіаційний інститут»

КОНСПЕКТ

лекцій з навчальної дисципліни

«ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»

(назва навчальної дисципліни)

для спеціальності

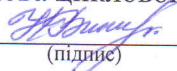
D3 Менеджмент

(код та назва спеціальності)

Склав: викладач, к.е.н. Надія СМІРНОВА
(Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Конспект обговорений
на засіданні циклової комісії
менеджменту, логістики та транспортної
інфраструктури
(назва циклової комісії)

Протокол № 13 від «08» 09 2025 р.
Голова циклової комісії


(підпис)

Надія СМІРНОВА
(Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

РОЗДІЛ №1. «ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТАНОВЛЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА»

ТЕМА №1.1

«ТЕОРІЇ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ ПІДПРИЄМСТВ»

План:

1. Поняття підприємства та його характеристика
2. Економічна модель підприємства як відкритої системи
3. Еволюція теорій функціонування підприємств та їх особливості
5. Об'єднання підприємств

ЗМІСТ

1. Поняття підприємства та його характеристика

Підприємство — самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому Господарським кодексом України та іншими законами.

Підприємства можуть створюватись як для здійснення підприємництва, так і для некомерційної господарської діяльності та діють на основі статуту. Підприємство є юридичною особою, має відокремлене майно, самостійний баланс, рахунки в установах банків, печатку із своїм найменуванням та ідентифікаційним кодом.

Підприємство в широкому розумінні — це важлива, складна, відкрита, унікальна і необхідна феноменологічна система, яка базується на його виробничо-технічній, організаційній та економічній побудові і яка спрямована, з одного боку, на задоволення потреб громадян та розвиток національного господарства, а з другого — на підвищення ефективності його функціонування (максимізації прибутку при мінімумі витрат).

Звичайно, таке трактування питання вимагає деяких пояснень.

По-перше, під феноменологічним підходом розуміється такий підхід до розгляду відносин в межах підприємницької структури, який сприймає їх як багатоаспектне явище. Тобто, на таку систему можуть впливати одночасно правові, інформаційні, економічні, психологічні та інші явища чи відносини.

По-друге, важливою така система є тому, що вже сама по собі забезпечує певний ступінь розвитку економічного механізму підприємства за рахунок мобілізації ресурсів, коштів і т.п.

По-третє, складною систему називають тому, що вона забезпечує взаємодію абсолютно неоднорідних учасників її відносин (постачальник, підприємство, посередник, споживач).

По-четверте, відкритість цієї системи проявляється в тому, що вона взаємодіє з великою кількістю учасників ринку, які мають вільний доступ до такої системи.

По-п'яте, ця система виступає первинною ланкою, тобто основою національної економіки.

По-шосте, система є необхідною, адже від її ефективності залежить рівень і динаміка розвитку національного господарства.

Тобто, система, працюючи на власний розвиток, забезпечує розвиток усієї економіки країни.

У вузькому розумінні під «підприємством» необхідно розуміти систему його зв'язків (виробничих, технічних, організаційних, економічних), спрямованих на підтримання його життєдіяльності і розвитку.

Залежно від форм власності, передбачених Законом, в Україні можуть діяти підприємства таких видів:

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

- підприємство, що діє на основі **колективної власності** (підприємство колективної власності);

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

- **державне підприємство**, що діє на основі державної власності;
- підприємство, засноване на **змішаній формі власності** (на базі об'єднання майна підприємств різних форм власності);
- **спільне комунальне підприємство**, що діє на договірних засадах спільного фінансування (утримання) відповідними територіальними громадами — суб'єктами співробітництва.

В Україні можуть діяти також інші види підприємств, передбачені Законом.

Залежно від способу утворення (заснування) та формування статутного фонду в Україні діють підприємства **унітарні та корпоративні**:

- **унітарне підприємство** створюється одним засновником, який виділяє необхідне для того майно, формує відповідно до закону статутний фонд, не поділений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи, безпосередньо або через керівника, який ним призначається, керує підприємством і формує його трудовий колектив на засадах трудового найму, вирішує питання реорганізації та ліквідації підприємства; унітарними є підприємства державні, комунальні, підприємства, засновані на власності об'єднання громадян, релігійної організації або на приватній власності засновника;

- **корпоративне підприємство** утворюється, як правило, двома або більше засновниками за їх спільним рішенням (договором), діє на основі об'єднання майна та/або підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників), їх спільного управління справами, на основі корпоративних прав, у тому числі через органи, що ними створюються, участі засновників (учасників) у розподілі доходів та ризиків підприємства; корпоративними є кооперативні підприємства, підприємства, що створюються у формі господарського товариства, а також інші підприємства, в тому числі засновані на приватній власності двох або більше осіб.

Підприємства **залежно від кількості працюючих та обсягу валового доходу від реалізації продукції** за рік можуть бути віднесені до суб'єктів малого підприємництва, у тому числі до суб'єктів мікро-підприємництва, середнього або великого підприємництва.

Суб'єктами мікропідприємництва є підприємства будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Суб'єктами малого підприємництва є підприємства будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Суб'єктами великого підприємництва є підприємства будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) перевищує 250 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності перевищує суму, еквівалентну 50 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Інші суб'єкти господарювання належать до **суб'єктів середнього підприємництва**.

Головною метою діяльності підприємства є:

- з **макроекономічної точки зору** — задоволення потреб споживачів у його продукції з високими споживчими властивостями і якістю при мінімальних витратах, збільшення внеску у розвиток національної економіки;

- з **мікроекономічної точки зору** — максимізація прибутку шляхом кращого використання своїх можливостей на ринку.

Основні напрямки діяльності сучасного підприємства, які допомагають досягнути його мети, зображені на рис. 1.

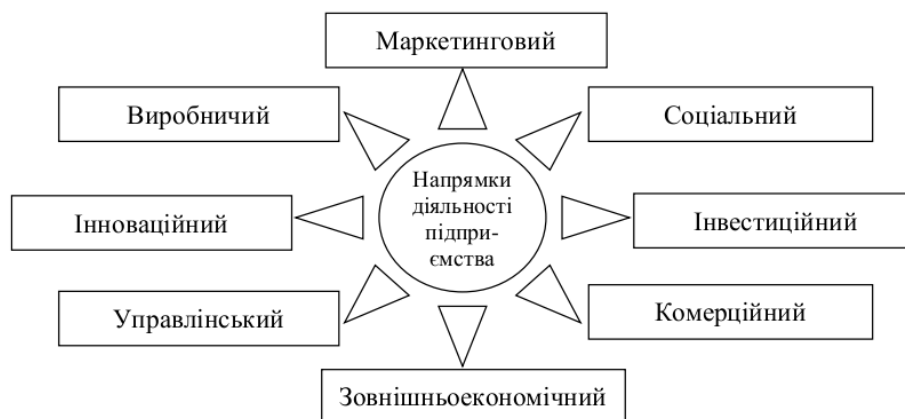


Рис. 1 – Основні напрямки діяльності сучасного підприємства

Підприємство може складатися з **виробничих структурних підрозділів** (виробництв, цехів, відділень, дільниць, бригад, бюро, лабораторій тощо), а також **функціональних структурних підрозділів апарату управління** (управлінь, відділів, бюро, служб тощо).

Функції, права та обов'язки структурних підрозділів підприємства визначаються положеннями про них, які затверджуються в порядку, визначеному статутом підприємства або іншими установчими документами.

Підприємство самостійно визначає свою організаційну структуру, встановлює чисельність працівників і штатний розпис.

Підприємство має право створювати філії, представництва, відділення та інші відокремлені підрозділи, погоджуючи питання про розміщення таких підрозділів підприємства з відповідними органами місцевого самоврядування в установленому законодавством порядку. Такі відокремлені підрозділи не мають статусу юридичної особи і діють на основі положення про них, затвердженого підприємством. Вони можуть відкривати рахунки в установах банків відповідно до закону.

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

Майно підприємства становлять виробничі і невиробничі засоби, а також інші цінності, вартість яких відображається в самостійному балансі підприємства.

Джерелами формування майна підприємства є:

- грошові та матеріальні внески засновників;
- доходи, одержані від реалізації продукції, послуг, інших видів господарської діяльності;
- доходи від цінних паперів;
- кредити банків та інших кредиторів;
- капітальні вкладення і дотації з бюджетів;
- майно, придбане в інших суб'єктів господарювання, організацій та громадян у встановленому законодавством порядку;
- інші джерела, не заборонені законодавством України.

2. Економічна модель підприємства як відкритої системи

Економічна модель підприємства описує економічні засади ведення бізнесу, пов'язує основні параметри діяльності підприємства один з одним та з фінансовим результатом, враховує технологічні особливості і обмеження виробництва. Вона містить розрахунки собівартості продукції, визначає залежність собівартості від основних показників, дозволяє прогнозувати випуск продукції, керувати ціною, прибутком і ефективністю виробництва, а також визначає порогові значення параметрів, що вимагають прийняття вагомих управлінських рішень. Недоліком моделі є те, що вона не враховує фінансові ризики у вигляді невідповідності фінансування та переривання грошових потоків.

Розглядаючи економічну модель підприємства (рис. 2), **на її вході** спостерігаємо мобілізацію підприємством природних, трудових, фінансових, інформаційних та підприємницьких ресурсів від

неоднорідних учасників ринку за певних умов. **На виході системи** — продукція, послуги, продукти та інше, що пропонуються підприємством споживачам і підлягає реалізації. З іншого боку, відбувається зовнішній вплив на економічну модель, який проявляється у дотриманні нормативно-правової бази, реагуванні на соціально-економічні явища і процеси, що притаманні даному етапу розвитку конкретної країни, у вивченні світового досвіду та орієнтації на його найкращі результати і т.д.

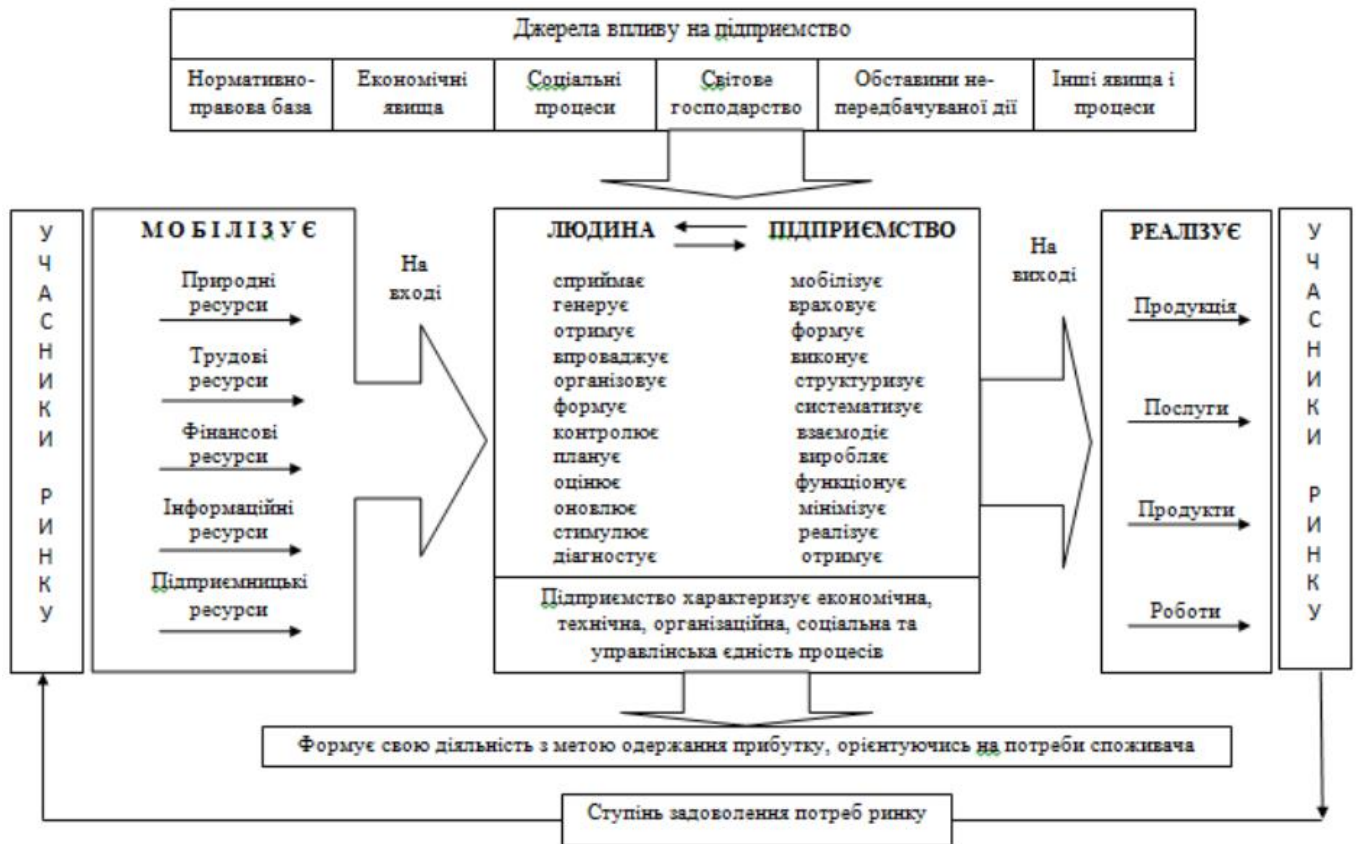


Рис. 2 – Економічна модель підприємства як відкритої системи

В межах підприємства відбувається постійна взаємодія між ним самим як особливою системою і людиною.

Роль людини на підприємстві полягає в тому, що вона:

- сприймає інформацію, яка надходить з навколишнього економічного середовища, обробляє і систематизує її, робить аналітичні підсумки;
- генерує ідею чи сукупність ідей стосовно майбутньої діяльності підприємства, складає бізнес-план;
- отримує позитивне рішення про створення підприємства як від держави, так і від кредиторів (підприємство вважається створеним), або негативне рішення (створення підприємства або відкладається, або припиняється);
- впроваджує технології, які забезпечують відповідний технічний рівень об'єкта;
- організовує процес виробництва, систематизуючи та розподіляючи належним чином кадровий потенціал підприємства, його основні засоби, оборотні засоби та інші ресурси;
- формує планово-розрахункові ціни на продукцію за визначеними схемами;
- контролює діяльність підприємства (якість продукції, трудову дисципліну, поточні витрати);
- планує, в залежності від схеми економічного управління, діяльність підприємства в цілому;
- оцінює стан виробничої системи, технологічної структури і технологічного рівня виробництва, рівень організації виробництва, системи управління (оцінює роботу підприємства в цілому);
- оновлює, в разі потреби, технічний і кадровий потенціал підприємства найбільш ефективними шляхами;

- стимулює персонал підприємства, забезпечуючи ефективну діяльність його підрозділів;
- діагностує результативність діяльності підприємства та її відповідність об'єктивним умовам господарювання.

Роль підприємства проявляється в тому, що воно як феноменологічна система:

- мобілізує всі види ресурсів (факторів виробництва) для початку своєї діяльності;
- враховує джерела навколишнього впливу на розгортання своєї діяльності та подальше функціонування;
- формує діяльність об'єкта дослідження;
- виконує притаманні підприємству функції;
- структурує основні і допоміжні підрозділи за їх статусом і за критеріями визначення підрозділів різної категорії;
- систематизує його побудову як виробничо-технічну, організаційну, економічну єдність;
- взаємодіє з ринком через систему його основних механізмів;
- виробляє необхідні суспільству товари, продукти, надає певні послуги;
- функціонує як суб'єкт ринку на основі попередніх функцій (якщо виробляє, значить, функціонує);
- мінімізує витрати на виробництво, транспортування, збереження, страхування продукції;
- реалізує виготовлену продукцію на визначених ринках за ринковими цінами;
- отримує результат від здійснюваної діяльності (прибуток — у разі ефективної діяльності, збитки — у разі неефективної).

3. Еволюція теорій функціонування підприємств та їх особливості

В економічній теорії словосполучення «теорія підприємства» використовується з двох точок зору:

- як позначення всієї наукової дисципліни, з теоретичних позицій, що вивчає діяльність підприємств (компаній, корпорацій тощо);
- як конкретна система поглядів, яка розкриває природу, поведінку, еволюцію або інші аспекти функціонування підприємств даної групи.

Під ***теорією підприємства*** в економічній літературі розуміють цілісну систему поглядів на сутність, поведінку і еволюцію підприємств тієї чи іншої групи; остання може бути сформована за географічною, часовою, галузевою ознаками, за розміром, за належністю до певної організаційно-правової форми, наявністю певної структури власності тощо. Оскільки кожне конкретне підприємство відноситься до різних груп, можна говорити про різні теорії навіть одного єдиного підприємства.

В економічній теорії виділяють ряд основних теорій підприємства. У кожній з них підприємство розглядається під визначеним кутом зору, з акцентом на ті чи інші особливості досліджуваного об'єкта враховуючи економічну ситуацію країни. Сказати скільки теорій та моделей підприємства неможливо, оскільки кожен автор наводить власні види.

У ***неокласичній теорії*** фірма розглядається як цілісний об'єкт, що здійснює перетворення вихідних ресурсів у продукцію і залучення цих ресурсів у виробництво. Модель підприємства складається з виробничої функції, що виражає залежність результатів виробництва від витрачених ресурсів.

Неокласичне розуміння підприємства як носія основної функції — це перетворення вхідних ресурсів, що надходять, у готову продукцію, необхідну людям, і їх вільний продаж на ринку, що є в даний час загальновизнаною в економічній науці концепцією. При цьому передбачається, що підприємство випускає таку кількість продукції, при якій граничні витрати дорівнюють ринковій ціні, що і є умовою максимізації прибутку. Прибуток виступає тут як форма вираження результативності, ефективності роботи підприємства. Передбачається, що якщо підприємство не максимізує прибуток, то воно рано чи пізно буде виключене з числа учасників ринку в ході природного добору, реалізованого механізмом ринкової конкуренції.

При ***інституціональній концепції*** підприємство розглядається як організація, створювана людьми для більш ефективного використання їхніх можливостей. Пов'язані з придбанням потрібних матеріалів і устаткування трансакційні витрати у випадку утворення підприємства

виявляються нижче, ніж при виробництві тієї ж продукції без його організації, що і пояснює існування підприємств. Інституціональний варіант теорії підприємств на відміну від неокласичного не наголошує на пророкуванні поведінки підприємства відповідно до існуючої виробничої функції як форми вираження технологічної залежності між витратами факторів виробництва і максимально можливим при відповідній комбінації витрат виходом продукту. Зокрема, невизначеність породжується і наявністю в ринкових суб'єктів протилежно спрямованих інтересів, прагненням до вигоди, у тому числі за рахунок використання неповноти знань контрагентів, так званої асиметрії інформації. Однак остання не враховувалася в неокласичній теорії, хоча і була очевидним для практиків фактом. Таким чином, типове завдання інституціональної теорії можна сформулювати як аналіз поведінки підприємств у світі дорогої і неповної інформації.

На початку 80-х років XX ст. одержав розвиток ще один напрямок у теорії фірми — **еволюційний підхід**. В еволюційній теорії підприємство розглядається як один з об'єктів у середовищі подібних об'єктів, яку можна уподібнити біологічній популяції. Поведінка підприємства в першу чергу визначається взаєминами між членами цієї популяції, у другу — деякими внутрішніми характеристиками об'єкта, до числа яких у даній теорії відносять у першу чергу устояні правила прийняття рішень у відповідь на ті чи інші внутрішні чи зовнішні впливи.

Вважається, що за час функціонування підприємства в безупинній взаємодії на кожному підприємстві складаються певні традиції і процедури прийняття рішень, алгоритми реагування на зміну зовнішнього і внутрішнього середовища. Ці правила і визначають, у кінцевому рахунку, обличчя фірми, а також відмінність одного підприємства від іншого в конкурентній боротьбі. Саме сформовані правила, а не сліпе прагнення до максимізації прибутку у всіх ситуаціях і при всіх умовах визначають характер прийнятих рішень. Ці правила не є раз і назавжди встановленими, вони еволюціонують відповідно до зміни ділового середовища підприємства і несуть на собі відбиток як особистостей керівників фірми, так і характер взаємин з партнерами з інших підприємств. Еволюційна модель підприємства на відміну від неокласичної визнає, що в підприємств немає єдиного критерію оптимальності прийнятих рішень. Цей критерій носить строго індивідуальний характер, відбиваючи не тільки індивідуальні переваги, але й історичний досвід діяльності фірми, її успіхів і невдач.

Зрозуміло, що мова йде не про постійний, як у неокласичній теорії, а про динамічний критерій, що змінюється від періоду до періоду.

Підприємницька модель фірми спирається на уявлення про підприємство як про сферу додатка підприємницької ініціативи і наявних у підприємця ресурсів. Звичайно, не всі підприємства є підприємницькими, і в цьому значенні підприємницька теорія має більш обмежений об'єкт дослідження, ніж інші види теорії фірми. Вважається, що в основі підприємницького бізнесу й у центрі діяльності такого підприємства знаходиться фігура підприємця — незалежного, активного, енергійно спрямованого до успіху, схильного до ризику, наполегливого, адаптивного, упевненої в собі людини, що уміє використовувати у своїх цілях суперечливі обставини. Варто підкреслити, що в підприємницькому варіанті теорії фірми керівник підприємства при будь-яких умовах залишається підприємцем — людиною, метою і сферою професійного життя якої є організація виробничого процесу для задоволення наявної чи створеної за допомогою підприємця потреби.

Особливо важливі взаємини між підприємцем на підприємстві, його працівниками і власниками.

Концепція **агентської моделі підприємства** відображає взаємовідносини між власниками та менеджерами підприємства. Згідно з цією концепцією власники, які не є керівниками підприємства, як правило, не володіють тією інформацією, що її мають менеджери. У таких умовах вони мусять бути впевненими в тому, що менеджери діятимуть в інтересах підприємства, тобто власника. На практиці узгодженість інтересів власника та менеджера досягається за допомогою системи стимулювання сервісного механізму.

Для відображення різних аспектів функціонування підприємства цікавою уявляється концепція підприємства, що названа **інтеграційною**. Відповідно до цієї концепції підприємство розглядається як відносно стійка, цілісна і відмежована від навколишнього середовища самостійна

соціально-економічна система, що інтегрує в часі і просторі процеси виробництва (реалізації) продукції і відтворення ресурсів.

Сполучною ланкою між цими процесами і іміджем фірми служить її потенціал — сукупність ресурсів і можливостей, що визначають очікувані характеристики її розвитку при тих чи інших реальних сценаріях зміни навколишнього середовища. Основний об'єкт прийняття рішень — розподіл ресурсів і зусиль фірми між нарощуванням потенціалу і його використанням, між відтворенням і виробництвом, між сьогоднішнім і майбутнім. У певному значенні в цій концепції відбиваються всі ті аспекти діяльності підприємства, що складають основу перерахованих вище чотирьох підходів.

Проте, сучасний етап розвитку економіки пов'язаний із глобалізацією процесів функціонування підприємств, зростанням конкуренції, значним поглибленням кризових явищ, що ставить підприємства на межу катастрофи. Це викликає необхідність дослідження нової концепції функціонування підприємств — **теорії виживання**.

Основними причинами виникнення такої теорії є: крайнє загострення кризових явищ у світовій економіці, тотальне зниження прибутковості діяльності підприємств, невмотивоване бажання скоротити витрати на стимулювання роботи персоналу підприємств, виникнення колосальних структурних диспропорцій у функціонуванні основних елементів різноманітних підсистем підприємства.

Згідно теорії виживання підприємство не в змозі пристосуватися до постійних змін зовнішнього середовища, а саме до постійної зміни попиту на продукцію внаслідок зниження платоспроможності покупців, коливань кон'юнктури ринків сировинних, матеріальних, фінансових і трудових ресурсів, зміни інноваційної діяльності, кон'юнктури ринків засобів виробництва, постійної зміни конкурентного середовища, динамізму державної політики (змін податкової, грошово-кредитної, митної політики, правового середовища, цінової політики та політики регулювання доходів), а також зовнішньої політики різних країн, впливу випадкових явищ. Зв'язки між основними ланками економічної системи підприємств не забезпечують стабільності її існування в цілому, тому головним їхнім завданням й виступає виживання.

Отже, поступова та узгоджена із зовнішнім середовищем еволюція неможлива, а правила прийняття рішень на підприємстві, які ще не встигли сформуватися, руйнуються під тиском конфліктних і кризових ситуацій. У таких умовах керівники підприємства приймають рішення на основі лише короткострокової власної вигоди та прагнуть до зміцнення свого безконтрольного становища.

4. Об'єднання підприємств

Для того, щоб успішно працювати в умовах ринкової конкуренції, підприємства прагнуть об'єднуватись у промислові, промислово-фінансові та інші групи. Укрупнення бізнесу, розширення компанії своєї діяльності та сфер впливу на окремому ринку здійснюється через механізми злиття чи поглинання (M&A — mergers/acquisitions). Злиття передбачає інтеграцію двох або більше підприємств в єдину економічну одиницю.

При цьому злиття може бути:

- горизонтальним, коли об'єднуються підприємства однієї галузі;
- вертикальним — об'єднання підприємств однієї сфери, що спеціалізуються в різних напрямках бізнесу;
- конгломеративним — злиття підприємств із різних галузей.

Поглинання має за мету встановлення контролю над суб'єктом господарювання шляхом придбання частини його статутного капіталу при збереженні юридичної самостійності підприємства. Об'єднання підприємств створює можливості для розширення бізнесу, підвищення його ефективності шляхом отримання синергетичного ефекту, оптимізації доходів і витрат, збільшення частки компанії на ринку, зменшення впливу конкурента, підвищення рівня капіталізації бізнесу.

Як правило, угоди M&A викликають підвищену увагу зі сторони антимонопольного органу задля моніторингу та забезпечення захисту економічної конкуренції.

Згідно національного законодавства, підприємства мають право об'єднуватись у групи

підприємств за галузевим, територіальним чи будь-яким іншим принципом, якщо це не суперечить антимонопольному законодавству. Такі групи підприємств називаються господарськими об'єднаннями.

Об'єднання підприємств — це суб'єкти господарювання, які утворюються шляхом поєднання двох або більше самостійних підприємств в єдину економічну структуру шляхом злиття чи внаслідок набуття одним підприємством контролю над активами і виробничою діяльністю іншого підприємства.

Видова класифікація об'єднань підприємств здійснюється за певними матеріальними та юридичними критеріями з урахуванням законодавчих регламентувань. Залежно від порядку заснування об'єднання підприємств можуть утворюватися як господарські об'єднання або як державні чи комунальні господарські об'єднання.

Господарське об'єднання — це добровільне об'єднання господарської діяльності підприємств, утворене за їх ініціативою.

Підприємство-учасник господарського об'єднання має право:

- добровільно вийти з об'єднання на умовах і в порядку, визначених установчим договором про його утворення чи статутом господарського об'єднання;
- бути членом інших об'єднань підприємств, якщо законом, засновницьким договором чи статутом господарського об'єднання не встановлено інше;
- отримувати від господарського об'єднання в установленому порядку інформацію, пов'язану з інтересами підприємства;
- отримувати частину прибутку від діяльності господарського об'єднання відповідно до його статуту.

Підприємство може мати також інші права, передбачені засновницьким договором чи статутом господарського об'єднання.

Державне (комунальне) господарське об'єднання — це об'єднання підприємств, утворене державними (комунальними) підприємствами за рішенням Кабінету Міністрів України або, у визначених законом випадках, рішенням міністерств (інших органів, до сфери управління яких входять підприємства, що утворюють об'єднання), або рішенням компетентних органів місцевого самоврядування.

Учасники об'єднання підприємств можуть вносити на умовах і в порядку, передбачених його установчими документами, майнові внески (вступні, членські, цільові тощо). Майно передається об'єднанню його учасниками у господарське відання або в оперативне управління на основі установчого договору чи рішення про утворення об'єднання. Вартість майна об'єднання відображається у його балансі. Господарське об'єднання має право утворювати за рішенням його вищого органу управління унітарні підприємства, філії, представництва, а також бути учасником (засновником) господарських товариств. Об'єднання підприємств не відповідає за зобов'язаннями його учасників, а підприємства-учасники не відповідають за зобов'язаннями об'єднання.

Підприємства-учасники об'єднання можуть вийти з його складу із збереженням взаємних зобов'язань та укладених договорів з іншими суб'єктами господарювання. Вихід підприємства зі складу державного (комунального) господарського об'єднання здійснюється за рішенням органу, що прийняв рішення про утворення об'єднання. Це стосується підприємств, які функціонують у спільному для групи підприємств технологічному процесі. Також підприємства-учасники державного або комунального господарського об'єднання, не мають права об'єднуватися на добровільних засадах з іншими суб'єктами господарювання та приймати одноосібні рішення про припинення своєї діяльності.

Реорганізація господарського об'єднання здійснюється за рішенням підприємств-учасників, а реорганізація державного (комунального) господарського об'єднання — за рішенням органу, що прийняв рішення про утворення об'єднання.

Ліквідація господарського об'єднання провадиться за рішенням підприємств-учасників, а ліквідація державного (комунального) об'єднання — за рішенням органу, що прийняв рішення про утворення об'єднання.

Майно, що залишилося після ліквідації об'єднання, розподіляється між учасниками згідно зі статутом об'єднання підприємств чи договором.

Серед договірних об'єднань підприємств найпоширенішим видом є корпорації.

Корпорація — це договірне об'єднання, створене на основі поєднання виробничих, наукових і комерційних інтересів підприємств, що об'єдналися, з делегуванням ними окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників органам управління корпорації. Корпорацію можуть створювати підприємства будь-яких форм власності. Певний ступінь централізації управлінських функцій і повноважень у руках правління — це основна кваліфікаційна ознака корпорації як договірного об'єднання.

Іншим видом договірного об'єднання підприємств є **асоціація**. Вона створюється з метою постійної координації господарської діяльності підприємств, що об'єдналися, шляхом централізації однієї або кількох виробничих та управлінських функцій, розвитку спеціалізації і кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об'єднання учасниками фінансових та матеріальних ресурсів для задоволення переважно господарських потреб учасників асоціації (наприклад, учасники-члени асоціації можуть узгоджувати свої дії стосовно номенклатури продукції, освоєння ринків збуту, визначення цін і т. ін.).

У статуті асоціації повинно бути зазначено, що вона є господарською асоціацією. Асоціація не має права втручатися у господарську діяльність підприємств-учасників асоціації. За рішенням учасників асоціація може бути уповноважена представляти їх інтереси у відносинах з органами влади, іншими підприємствами та організаціями.

Основним видом статутних об'єднань підприємств є концерн.

Концерн — це статутне об'єднання промислових, будівельних, транспортних, торговельних підприємств, наукових організацій, банків та ін. на основі їх фінансової залежності від одного або групи учасників об'єднання, з централізацією функцій науково-технічного і виробничого розвитку, інвестиційної, фінансової, зовнішньо-економічної та іншої діяльності. Учасники концерну наділяють його частиною своїх повноважень, у тому числі правом представляти їх інтереси у відносинах з органами влади, іншими підприємствами та організаціями. Учасники концерну не можуть бути одночасно учасниками іншого концерну.

До переліку статутних об'єднань підприємств входять також консорціуми.

Консорціум — це тимчасове статутне об'єднання підприємств для досягнення його учасниками певної спільної господарської мети (реалізації цільових програм, науково-технічних, будівельних проєктів тощо). Консорціум використовує кошти, якими його наділяють учасники, централізовані ресурси, виділені на фінансування відповідної програми, а також кошти, що надходять з інших джерел, в порядку, визначеному його статутом. У разі досягнення мети його створення консорціум припиняє свою діяльність.

До переліку специфічних об'єднань підприємств слід віднести **промислово-фінансові групи** та **холдингові компанії**.

Промислово-фінансова група — це об'єднання, яке створюється на міжгалузевих засадах й об'єднує підприємства промисловості, сільськогосподарські підприємства, банки, наукові і проєктні установи тощо, що мають на меті отримання прибутку. Учасники промислово-фінансової групи зберігають статус юридичної особи, тоді як саме об'єднання такого статусу не має. Ініціатори створення промислово-фінансової групи на добровільних засадах проводять загальні збори, на яких вони: приймають протокольне рішення про намір створити промислово-фінансову групу, приймають Генеральну угоду про сумісну діяльність у виробництві кінцевої продукції, розробляють та затверджують техніко-економічний проєкт обґрунтування створення промислово-фінансової групи, розробляють проєкти двосторонніх угод про поставки проміжної продукції промислово-фінансової групи, визначають уповноважену особу ініціаторів створення промислово-фінансової групи. Особливістю промислово-фінансової групи є наявність у її складі головного підприємства.

Суб'єкт господарювання, що володіє контрольним пакетом акцій господарсько-комерційних структур, що є незалежними юридичними особами, здійснює управління ними та фінансує їх діяльність, називається **холдинговою компанією**. Саме між холдинговою компанією та її дочірніми підприємствами встановлюються відносини контролю-підпорядкування. Якщо з вини контролюючого підприємства дочірнім підприємством було укладено (здійснено) не вигідні для нього угоди або операції, то контролююче підприємство повинно компенсувати завдані

дочірньому підприємству збитки. Якщо дочірнє підприємство з вини контролюючого підприємства опиниться у стані неплатоспроможності і буде визнано банкрутом, то субсидіарну відповідальність перед кредиторами дочірнього підприємства нестиме контролююче підприємство.

У світовій практиці холдингові структури прийнято поділяти на **чисті** (виконують суто контролюючу функцію) та **змішані** (функція контролю доповнюється іншими видами діяльності: виробництво, маркетинг, тощо).

Головна перевага холдингу полягає в наявності можливостей побудувати таку систему участі, що дозволяє управляти формально незалежними суб'єктами. Володіння контрольним пакетом акцій дозволяє керівництву холдингу формувати склад правління залежного підприємства, ради директорів, наглядової ради.

Формально діяльність холдингу може зводитися до управління пакетами акцій, отримання дивідендів.

ТЕМА №1.2 «СТРУКТУРА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ»

План:

1. Структура підприємства
2. Сутність управління підприємством
3. Функції управління підприємством
4. Методи управління діяльністю підприємства
5. Принципи управління підприємством

ЗМІСТ

1. Структура підприємства

Структура підприємства — це його внутрішня будова, яка характеризує склад, розміри його внутрішніх підрозділів, їх підпорядкованість та систему взаємозв'язків між ними.

При розробленні положень про структуру підрозділів підприємства необхідно попередньо вивчити зміст та визначити обсяг виконуваних ними функцій, з'ясувати особливості даного підприємства, а також вивчити досвід організації роботи аналогічних підрозділів споріднених підприємств.

З метою створення раціональної структури підприємства використовують різноманітні показники. Розглянемо ці показники.

1. Пропорційність структурних ланок підприємств. Аналіз пропорційності дає змогу виявити ділянки з низькою і надлишковою потужністю.

2. Розмір виробничих ланок: обсяг випуску продукції, кількість працівників, вартість основних виробничих засобів, потужність.

3. Рівень спеціалізації окремих виробничих ланок. Він виражається такими показниками:

- а) питомою вагою предметно, подетально та технологічно спеціалізованих підрозділів;
- б) рівнем спеціалізації робочих місць;
- в) кількістю деталей-операцій на одному робочому місці.

4. Співвідношення між основним, допоміжним і обслуговуючим виробництвом. Це співвідношення характеризується питомою вагою основних, допоміжних і обслуговуючих виробництв за кількістю працівників, обладнання, вартістю основних засобів.

5. Ступінь централізації окремих виробництв, або показник централізації виробничого процесу, який визначається як відношення обсягу робіт, виконаних у спеціалізованих підрозділах до загального обсягу робіт даного виду.

6. Характер взаємозв'язку між підрозділами. Його характеризують такі показники: кількість технологічних циклів, через які проходить предмет праці до трансформації його в кінцевий продукт; довжина транспортних маршрутів руху напівфабрикатів; вантажооборот.

Аналіз цієї системи показників дає змогу визначити шляхи створення раціональної

структури підприємства, яка повинна забезпечити:

- безперервність і прямоточність виробничого процесу;
- оптимальність спеціалізації цехів і дільниць, пропорційність їх структуризації;
- можливість розширення і перепрофілювання виробництва;
- відсутність дублювання.

Розглянемо особливості виробничої та організаційної структур підприємства.

Виробнича структура підприємства — це сукупність, кількісний склад і взаємозв'язки його виробничих підрозділів, які прямо або опосередковано беруть участь у виробничому процесі.

Виробнича структура підприємства характеризує кількісне співвідношення і розміри внутрішніх структурних підрозділів підприємства, а також механізм їхнього взаємозв'язку.

Ця структура залежить від характеру продукції, яку виробляє підприємство, рівня спеціалізації і кооперування з іншими підприємствами, технологічного процесу, виробничих потужностей тощо.

Підприємство може складатися з **виробничих структурних підрозділів** (виробництв, цехів, відділень, дільниць, бригад, бюро, лабораторій тощо), а також **функціональних структурних підрозділів апарату управління** (управлінь, відділів, бюро, служб тощо).

Функції, права та обов'язки структурних підрозділів підприємства визначаються положеннями про них, які затверджуються в порядку, визначеному статутом підприємства або іншими установчими документами.

Підприємство самостійно визначає свою організаційну структуру, встановлює чисельність працівників і штатний розклад, а також має право створювати філії, представництва, відділення та інші відокремлені підрозділи, погоджуючи питання про розміщення таких підрозділів підприємства з відповідними органами місцевого самоврядування в установленому законодавством порядку. Такі відокремлені підрозділи не мають статусу юридичної особи і діють на підставі положення про них, затвердженого підприємством. Вони можуть відкривати рахунки в установах банків відповідно до законодавства України.

Основним змістом діяльності кожного промислового підприємства є виробничий процес.

Виробничий процес — це сукупність взаємопов'язаних основних, допоміжних та обслуговуючих процесів, у результаті яких вихідні матеріали й напівфабрикати перетворюються на готову продукцію.

Виробничі процеси на підприємстві здійснюються у відповідних підрозділах, склад яких характеризує виробничу структуру підприємства.

Виробнича структура підприємства, її видозміна зазнає постійної трансформації, але є типовою за галузевою приналежністю та масштабами діяльності.

В залежності від складу внутрішніх підрозділів підприємства можна виділити такі види його виробничої структури:

- 1) **цехова** — головним виробничим підрозділом є цех;
- 2) **безцехова** — основою побудови виробничої структури є виробнича дільниця;
- 3) **корпусна** — головним виробничим структурним підрозділом є корпус як об'єднання однотипних цехів;
- 4) **комбінатська** — поєднуються стадії послідовного процесу переробки сировини, а підрозділи виготовляють завершену частку готового виробу.

Структура залежить від характеру продукції, яку виробляє підприємство, рівня спеціалізації і кооперування з іншими підприємствами, технологічного процесу, виробничих потужностей тощо. Як правило, підприємство має основні цехи, в яких безпосередньо виготовляють продукцію, і допоміжні цехи та служби, що обслуговують та забезпечують безперервну роботу основних цехів.

Спеціалізовані підприємства мають просту виробничу структуру, а універсальні — складну. На невеликих за обсягом продукції підприємствах, як правило, існує безцехова структура, а на великих підприємствах доцільними є укрупнені цехи.

Таким чином, виробнича структура є формою організації виробничого процесу підприємства. **Виробничі процеси, за допомогою яких предмети праці перетворюються на готовий продукт, є основними й утворюють основне виробництво.** Матеріальними об'єктами виробничої структури підприємств є цехи, дільниці, лабораторії. У них виробляється, проходить

технічний контроль і випробовується кінцева продукція, комплектуючі вироби, матеріали і напівфабрикати, запчастини, перетворюються види енергії.

Виробничі процеси, які забезпечують умови для ритмічного функціонування основного виробництва, називаються допоміжними і в комплексі утворюють допоміжне виробництво. Головна функція цих об'єктів полягає у всебічному обслуговуванні та ритмічному забезпеченні основного виробництва інструментом, енергією, паливом, ремонтом обладнання, транспортуванням вантажів та ін. Слід підкреслити, що виробнича структура кожного окремого підприємства має свою специфіку, бо вона визначається передусім характером поділу праці між суб'єктами його підрозділів.

Провідне місце у виробничій структурі належить цеху. Цех є основною виробничою одиницею, відокремленою ланкою, в якій реалізуються виробничі процеси. Тип цеху визначається характером виробництва. Є чотири типи цехів: **основні, допоміжні, побічні, підсобні**.

Основними називаються цехи, де виробляється спеціалізована продукція для даного підприємства. Основні цехи поділяються на **заготівельні, обробні, складальні**. До **заготівельних** цехів відносять ливарні (сірого, ковкого чавуну, кольорового, сталюого, фасонного, точного литва), ковальсько-пресувальні та ін. До **обробних** цехів належать, зокрема, механообробні, деревообробні, термічні, гальванічні, лакофарбові, до **складальних** — цехи складання виробів, їх фарбування, комп-лектації запчастинами тощо.

Допоміжні цехи забезпечують виробництво всім необхідним для нормального функціонування підприємства. Є такі види допоміжних цехів: інструментальні, енергетичні, тепло- та паросилові, модельні, ремонтні, транспортні, санітарно-технічні.

Побічні цехи забезпечують перероблення відходів основного виробництва. Підсобні цехи виробляють тару для пакування продукції, друкують інструкції щодо її використання тощо.

Чільне місце у структурі підприємств займають склади, очисні споруди, комунікації: електромережі, газопроводи, опалення, вентиляційне обладнання, дорожня інфраструктура.

У виробничій структурі підприємства важливу роль виконують **конструкторські й технологічні підрозділи**. Тут розробляються нові вироби, новітні технології для одержання цієї продукції, проводяться експериментальні та дослідно-конструкторські роботи.

До складу цехів входять основні й допоміжні виробничі дільниці.

Дільниця — це найменша адміністративно-виробнича ланка, в якій колектив працівників виконує однотипні технологічні роботи з виробництва однотипного продукту.

Кожна виробнича дільниця складається з **сукупних робочих місць**.

Сукупне робоче місце складається з **індивідуальних робочих місць**.

Робоче місце оснащується необхідними засобами праці відповідно до характеру його спеціалізації. Оснащення та розташування робочого місця на виробничій площі повинні забезпечувати високу продуктивність праці, гарантувати безпеку роботи, відповідати фізіологічним, естетичним та санітарно-гігієнічним нормам.

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

Предметна виробнича структура має певний ступінь замкнутості.

Щодо автомобільного заводу, то це цехи з виробництва двигунів, шасі, кузовів та інших вузлів. Предметна структура підприємства визначає послідовність використання засобів праці у технологічному процесі, застосування високопродуктивного обладнання, інструментів, штампів тощо.

Технологічна виробнича структура визначає чітку технологічну відокремленість. У кожному підрозділі здійснюються однорідні технологічні процеси з виробництва різного кінцевого продукту. Наприклад, взуттєві і швейні підприємства, ливарні, механічні цехи машинобудівних заводів. Ця структура спрощує управління цехом, дає змогу маневрувати розміщенням людей, полегшує перехід з однієї номенклатури виробів на іншу.

Предметно-технологічна виробнича структура характеризує наявність на одному й тому самому підприємстві основних цехів, які організовані за предметним та технологічним принципом. Наприклад, заготівельні цехи організовуються за технологічним принципом (ливарні сірого чавуну, ливарні ковкого чавуну, ковальсько-пресові), а оброблювальні та складальні — за

предметним принципом. Ця виробнича структура переважає у машинобудуванні, взуттєвій, швейній, меблевій галузях промисловості.

Слід відмітити, що **на виробничу структуру підприємства впливає ряд факторів**. Головні з них:

- розмір підприємства, галузева належність, номенклатура продукції, її техніко-економічні особливості, використані ресурси;
- тип виробництва, рівень спеціалізації і кооперування;
- структура засобів праці, технології;
- ресурсний потенціал;
- ступінь складності конструкції і технологічність продукції;
- організація обслуговування обладнання, його ремонт і модернізація;
- мобільність виробничого процесу, тобто його спроможність оперативно переходити на випуск нової продукції;
- характер відтворювального процесу в підрозділах підприємства

Ці фактори визначають специфіку виробничої структури підприємства в різних галузях. Ринкові умови господарювання потребують передусім нової виробничої структури, відтворення засобів підприємства.

Основні шляхи вдосконалення виробничої структури підприємства.

1. **Визначення оптимальної величини підприємства.** Оптимальна величина підприємства — це така його величина, яка за даного рівня розвитку техніки та технології, а також конкретних умов місцезнаходження і навколишнього середовища забезпечує виробництво і реалізацію продукції з мінімальними витратами.

На оптимізацію величини підприємства впливають різні чинники, що визначають технічні та економіко-організаційні умови роботи підприємства, а також сприяють підвищенню його ефективності. До цих чинників належать: продуктивність і потужність наявних засобів праці; прогресивність технологічного процесу; поєднання виробничих процесів; методи організації виробничого процесу.

2. **Поглиблення спеціалізації основного виробництва.** Ступінь удосконалення виробничої структури залежить від вибору форми спеціалізації виробничих ланок. Ці форми мають відповідати типу і масштабу виробництва і бути єдиними для однакових економічних умов.

Іншими словами, удосконалюючи структуру підприємства, необхідно використовувати одні й ті самі критерії у виборі форм спеціалізації цехів та дільниць, економічно обґрунтовувати створення кожного нового структурного підрозділу.

3. **Розширення кооперації з обслуговування виробництва.** Ефективна робота основного виробництва потребує чіткого й безперебійного його обслуговування — ремонту основних засобів, забезпечення інструментом, енергією, іншими видами послуг. Завданням підприємства є виробництво кінцевої продукції, а тому основне виробництво має переважати не лише за часткою виготовленої продукції, а й за кількістю працівників, засобів праці.

Підвищення частки обслуговування при технологічному вдосконаленні і високому рівні технізації основного виробництва пов'язане зі збільшенням різних видів допоміжних і обслуговуючих підрозділів.

Водночас абсолютна кількість допоміжних і обслуговуючих працівників повинна зменшуватись під впливом удосконалення рівня організації виробництва і підвищення кваліфікації працюючих.

4. **Забезпечення високої якості продукції і послуг підприємства.**

5. **Організація аналітичної роботи різних лабораторій:** аналіз ефективності використання сировини і матеріалів; контрольно-вимірювальна діяльність; перевірка інструментів, приладів, устаткування; випробування комплектних виробів; аналіз причин поломок, простоїв.

6. **Забезпечення якості функціонування систем кругообігу й обороту засобів.** Необхідний аналіз «витрат з утримання та експлуатації устаткування в цеху», а також «загальноцехових витрат».

2. Сутність управління підприємством

Управління — це діяльність, спрямована на координацію роботи інших людей (трудових колективів), яка є складною системою.

Управління підприємством — це постійний і системний вплив на діяльність його структурних підрозділів для забезпечення узгодженої роботи і досягнення кінцевого позитивного результату.

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.

У разі найму керівника підприємства з ним укладається договір (контракт), в якому визначаються строк найму, права, обов'язки і відповідальність керівника, умови його матеріального забезпечення, умови звільнення його з посади, інші умови найму за погодженням сторін.

Керівник підприємства без доручення діє від імені підприємства, представляє його інтереси в органах державної влади й органах місцевого самоврядування, інших організаціях, у відносинах із юридичними особами та громадянами, формує адміністрацію підприємства і вирішує питання діяльності підприємства в межах і порядку, визначених установчими документами. Керівника підприємства може бути звільнено з посади достроково на підставах, передбачених договором (контрактом) відповідно до законодавства.

На всіх підприємствах, де використовується наймана праця, між власником або уповноваженим ним органом і трудовим колективом або уповноваженим ним органом повинен укладатися **колективний договір**, яким регулюються виробничі, трудові та соціальні відносини трудового колективу з адміністрацією підприємства.

Трудовий колектив підприємства становлять усі громадяни, які своєю працею приймають участь у його діяльності на основі трудового договору (контракту, угоди) або інших форм, що регулюють трудові відносини працівника з підприємством. Повноваження трудового колективу щодо його участі в управлінні підприємством встановлюються **статутом** або іншими установчими документами.

Рішення з соціально-економічних питань, що стосуються діяльності підприємства, розробляються і приймаються його органами управління за участі трудового колективу і уповноважених ним органів.

Існують такі концепції управління підприємством.

Раціоналістична концепція. Суть її в тому, що успіх підприємства залежить від раціональної організації виробництва та ефективності використання ресурсів, тобто від внутрішніх факторів. Підприємство розглядається як замкнута система, мета і завдання якої є заданими і стабільними протягом тривалого часу. Основа стратегії підприємства — поглиблення спеціалізації виробництва, побудова організаційної структури за функціональним принципом, вирішальне значення надається контролю.

Неформальна концепція має за основу ситуаційний підхід до управління. Підприємство розглядається як відкрита система, і головна передумова її успіху лежить поза нею. Успіх пов'язується з тим, наскільки успішно підприємство пристосовується до зовнішнього середовища.

Процес управління на підприємстві — це неперервна взаємодія та координація дій персоналу з виконання функцій управління для досягнення мети господарської діяльності.

Розглядати процес управління підприємством доцільно з урахуванням чотирьох найважливіших аспектів: визначення рівнів управління як перший аспект; функцій управління як другий аспект; принципів та методів управління — третій, і ефективності управління як четвертий управлінський аспект (рис. 1)

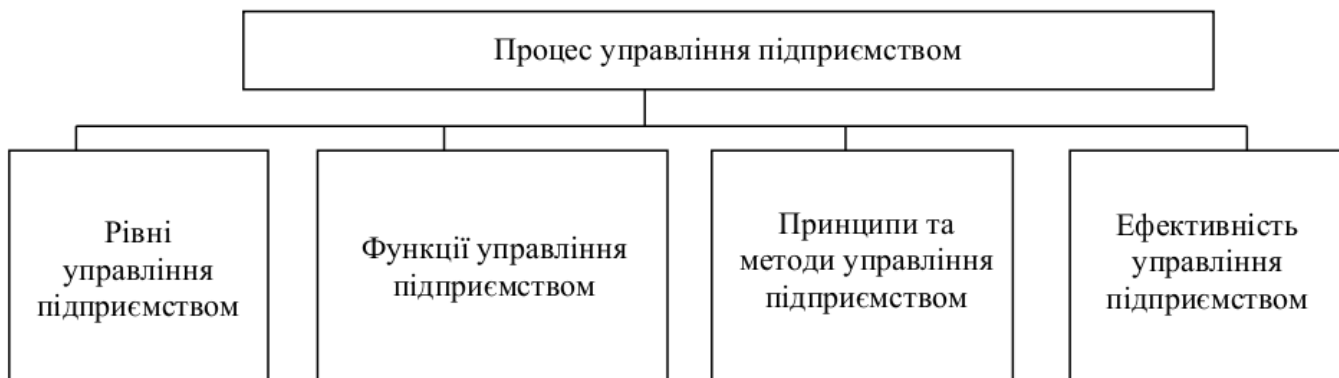


Рис. 1 – Процес управління підприємством

До **вищого управлінського рівня** відносять керівників підприємств, підприємців, голів правління акціонерних товариств тощо, які здійснюють загальне керівництво, відповідають за результати діяльності, займаючись при цьому здебільшого не операційними завданнями, а тактичними та стратегічними.

До **керівників вищого і середнього рівня управління** належать керівники підрозділів, керівники відділень, заступники головного керівника підприємства.

Спільність дій керівництва вищого та середнього рівня визначає ефективність процесу управління на підприємстві в цілому.

До **керівників нижчого управлінського рівня** відносять керівників груп, секторів, майстрів дільниць тощо. Завдання керівництва нижчих рівнів полягають у забезпеченні операційних завдань, пов'язаних з підтриманням виробничих процесів, ліквідуванням проблем в ході виробничих процесів, безпосередньому контакті та видачі завдань робітникам чи рядовим службовцям на підприємстві.

Управління підприємством складається з ряду функціональних підсистем:

- стратегічне і поточне управління (підприємством);
- планування;
- управління персоналом;
- управління виробництвом;
- управління маркетингом;
- управління фінансами;
- управління інвестиціями.

Завданням **стратегічного управління** є забезпечення економічного зростання підприємства, підвищення його конкурентоспроможності.

В основі стратегічного управління лежить необхідність:

- стратегічного аналізу змін зовнішнього середовища (на ринку, в політиці, законодавстві тощо) і умов для формування цілей, потенційних можливостей підприємства (ресурси, проекти, ідеї, наявність команди тощо);
- вибору стратегії розвитку підприємства й альтернативних варіантів;
- реалізації стратегії розвитку.

До завдань **поточного управління** належить забезпечення неперервності і синхронності роботи всіх ланок підприємства, спрямованих на виконання встановлених поточних завдань.

В завдання **управління персоналом** відповідно до стратегії розвитку підприємства і поточними потребами виробництва входять:

- забезпечення підприємства кадрами необхідної кваліфікації заданого професійного складу і чисельності;
- навчання працівників відповідно до прийнятої на підприємстві технології й організації виробництва продукції;
- розстановка персоналу за робочими місцями;
- проведення об'єктивної оцінки і оплати результатів діяльності кожного працівника як основи ефективної мотивації його праці;

- забезпечення прав і соціального захисту;
- забезпечення безпеки і нормальних умов праці.

Основним завданням підсистеми **управління виробництвом** є організація виготовлення і постачання продукції необхідної якості й встановленої собівартості в заплановані терміни. На практиці це означає, що органи даної підсистеми управління повинні забезпечувати дотримання технологічної дисципліни, принципів ресурсозберігання, виробничого режиму шляхом відповідної організації виробництва і праці.

Управління маркетингом є однією з найважливіших підсистем управління підприємством. Від неї залежить, з одного боку, правильність визначення того, яку продукцію виробляти в якій кількості й в який термін, а з іншого — ефективність постачання підприємства факторами виробництва за цінами, що не сприяють зростанню витрат виробництва, формування ринку збуту продукції в необхідному обсязі та за цінами, які забезпечують отримання прибутку.

Управління фінансами підприємства включає організацію і контроль надходження грошових коштів від реалізації продукції або стягування сум за надані послуги, а також грошових надходжень від цінних паперів тощо. Найважливішими завданнями управління фінансами є також оплата постачань сировини і матеріалів, призначених для виробництва; платежі за рахунками, які підлягають оплаті за раніше придбані товари; платежі за експлуатаційними витратами (реклама, страхування тощо); виплата заробітної плати працівникам підприємства; виплата податків і здійснення інших платежів до бюджету і позабюджетних засобів.

Управління інвестиціями включає:

- постійне вдосконалення організації виробництва і праці на базі пошуку, відбору, розробки і впровадження інноваційних пропозицій;
- формування банку інноваційних ідей і варіантів їх рішення;
- організацію процесу виявлення проблем розвитку і їх рішення;
- формування на підприємстві клімату новаторства, пошуку нових ідей.

3. Функції управління підприємством

Підприємства різняться між собою за розмірами, управлінням і сферами діяльності, технологічними процесами тощо. Проте, всі вони як системи мають і певні спільні характеристики (загальні риси), з-поміж яких, передовсім, слід назвати функції управління — об'єктивно зумовлені загальні напрями або сфери діяльності, сукупність яких забезпечує ефективне кооперування спільної праці.

Функція управління — це відособлений вид управлінської праці, що виникає на основі поділу праці всередині процесу управління, тобто це будь-яка дія, котра здійснюється в системі управління і спрямована на зміну стану об'єкта управління відповідно до поставленої мети.

Реалізація функцій управління — це процес підготовки, передан-ня, обробки та відображення інформації. Кожна функція характеризується притаманними їй технологічними процесами обробки інформації.

Функції управління завжди спрямовані на досягнення цілей управління. Вони об'єктивні і є формами реалізації відносин управління, через які, у свою чергу, реалізуються вимоги економічних законів розвитку суспільного виробництва. Тому процес управління є об'єктивно визначеною системою функцій, що охоплює дві групи функцій: **загальні та конкретні**.

Загальні функції не залежать від специфіки об'єкта управління.

Конкретні функції визначаються специфікою об'єктів управління.

Це зумовлено тим, що функціонування усіх ланок виробництва вимагає здійснення головних, або загальних функцій управління та лише деяких конкретних функцій.

Основними загальними функціями управління підприємством є **планування, організація, координація, регулювання, мотивація і контроль**.

Планування — визначення мети розвитку суб'єкта господарювання та засобів її досягнення, передбачення плану дій трудового колективу на певний період. Ця функція передбачає вироблення цілей і завдань управління виробництвом, а також визначення шляхів реалізації планів для досягнення поставлених цілей.

В управлінській діяльності планування слугує основою для прийняття управлінських рішень.

Прогнозування в управлінському циклі передуює плануванню, тому його можна розглядати як підфункцію. Завдання прогнозування полягає в науковому передбаченні розвитку виробництва та пошуку рішень, які забезпечать його розвиток в оптимальному режимі.

Організація — це діяльність, що спрямована на створення та розвиток об'єкта управління, включає регламентацію окремих елементів процесу управління і залежно від об'єкта поділяється на організацію виробництва, організацію праці й організацію управління. Організація управління передбачає регламентацію окремих елементів процесу управління (стадій управлінського циклу, процедур і операцій управління), установлення терміну виконання робіт, складу виконавців, прав, відповідальності, технічного й інформаційного забезпечення тощо.

Координація полягає в забезпеченні необхідної (передбаченої про-ектом організації) узгодженості дій робітників відповідно до плану.

Мета координації — усунути паралелізм і дублювання в роботі.

Регулювання полягає в збереженні режиму функціонування об'єкта управління, забезпеченні нормального проходження виробничих процесів на підприємстві. З різних причин виробництво може відхилятися від заданих параметрів. У такому разі шляхом регулювання усуваються ці відхилення та забезпечується нормальний перебіг виробничих процесів.

Мотивація — процес стимулювання трудового колективу або окремого працівника до діяльності, що забезпечує досягнення найкращих її результатів.

Контроль — процес перевірки виконання прийнятих рішень та оцінки досягнутих за певний період результатів, порівняння досягнутого з очікуваним і поточне коригування діяльності, що в сукупності забезпечує виконання завдань на належному рівні.

До процесів контролю належать:

- визначення результатів діяльності на основі зіставлення результатів здійснення рішень із запланованими;
- порівняння показників очікуваного і фактичного виконання планів;
- аналіз ймовірних відхилень від запланованих показників;
- перевірка припущень;
- перевірка методичної та змістової узгодженості планового процесу.

Метою контролю є виявлення потенційних можливостей, проблем, надання рекомендацій стосовно програми стратегічних і тактичних дій щодо комплексного удосконалення діяльності підприємства з орієнтацією на прийняту стратегію.

Специфічні функції управління підприємством вказують напрямок впливу на будь-яку сферу виробничої діяльності, вони обумовлені діяльністю підприємства та змістом його виробничих процесів. Тому під специфічними функціями управління розуміють результат поділу управлінської праці. Такі функції включають види діяльності, які розрізняються призначенням і засобами реалізації.

Конкретні функції управління пов'язані з окремими ознаками об'єкта управління. Але відсутність єдиної точки зору щодо їх складу дає можливість вільно підходити до вибору цих функцій при розробленні системи управління. Наприклад, конкретні функції можна розрізняти за ознакою їх впливу на певні сфери діяльності підприємства (перспективне та поточне, економічне та соціальне планування, організація роботи із стандартизації тощо); за окремими стадіями виробничого процесу (управління технічною підготовкою виробництва, оперативне управління основним і допоміжним виробництвом та ін.) і за окремими факторами виробництва (організація роботи з кадрами, матеріально-технічне постачання тощо).

Таким чином, **управління підприємством — це сукупність взаємопов'язаних процесів планування, організації, координації, регулювання, мотивації та контролю, які забезпечують практичну реалізацію цілей підприємства.**

4. Методи управління підприємством

Методом називається захід або сукупність заходів у будь-якій людській діяльності, спосіб досягнення мети, шлях вирішення певного завдання.

Методи управління — способи впливу на окремих працівників та виробничі колективи в цілому, що необхідні для досягнення цілей підприємства.

Методи являють собою важливий елемент процесу управління.

Наявність прогресивних методів управління та вмiле використання їх є передумовою ефективності управління і господарських процесів.

Методи управління покликані забезпечити високу ефективність діяльності колективів, їх злагожену роботу, сприяти максимальній мобілізації творчої активності кожного члена.

Розрізняють **економічні, соціально-психологічні та організаційні методи управління підприємством.**

Економічні методи управління — це прийоми і способи управління, в основу яких покладено використання економічних законів, економічних інтересів тощо. Застосовуючи ці методи, людина, котра приймає участь у виробничих процесах, реалізує матеріальні інтереси шляхом використання товарно-грошових відносин. Реалізація цих інтересів за допомогою економічних методів може здійснюватися в двох аспектах:

- перший — управління, орієнтоване на використання створеного на державному рівні економічного сегмента загального зовнішнього середовища; зміст аспекту включає: державне регулювання; систему оподаткування; визначення амортизаційної політики; формування митної політики; визначення мінімального рівня заробітної плати тощо;

- другий — орієнтація управління на використання різноманітних економічних категорій: фінансування, кредитування, ціноутворення, матеріальної відповідальності, економічних санкцій тощо.

Соціально-психологічні методи управління. Вміння працювати з людьми — одна з найбільш важливих якісних характеристик сучасного керівника, що прирівнюється до професійної компетентності, уміння розбиратися в науково-технічних основах виробництва.

Провідного значення набувають такі чинники, як змістовність і творчий характер праці, можливості для прояву ініціативи, суспільне визнання, моральне заохочення тощо. Тому розуміння закономірностей соціальної психології та індивідуальної психіки персоналу є необхідною умовою ефективного управління підприємством.

Управлінська діяльність має враховувати психологію взаємовідносин між людьми, оскільки психологічний стан працівника безпосередньо впливає на його виробничі процеси, ставлення до праці. Соціально-психологічні методи передбачають вивчення запитів та інтересів членів колективу, середовища виробництва, громадської думки.

Практична реалізація соціально-психологічних методів управління здійснюється за допомогою різноманітних засобів соціального орієнтування та регулювання, групової динаміки, розв'язання конфліктних ситуацій, гуманізації праці тощо.

Організаційно-розпорядчі методи управління забезпечують реалізацію мотивів примусового характеру. Вони передбачають юридичний (правовий і адміністративний) вплив на відносини людей у процесі виробництва, оскільки ці відносини регулюються відповідними правовими нормами. Всі організаційні методи управління поділяються на регламентуючі та розпорядчі.

Регламентація їх полягає у формуванні структури та ієрархії управління, делегуванні повноважень та відповідальності членів організації, визначенні орієнтирів діяльності та іншої допомоги виконавцям.

Розпорядчі методи охоплюють поточну, оперативну, організаційну роботу, визначають конкретні завдання, виконавців, контроль за їх виконанням, проведення нарад тощо.

Усі вищенаведені методи управління підприємством органічно взаємозв'язані й використовуються не ізольовано, а комплексно.

Проте провідними слід вважати саме економічні методи. Організаційно-розпорядчі методи створюють передумови для використання економічних методів. Соціально-психологічні методи доповнюють організаційно-розпорядчі та економічні й утворюють у сукупності необхідний арсенал засобів управління діяльністю підприємства.

5. Принципи управління підприємством

Принципи управління підприємством — це сукупність загально-ноприйнятих правил, положень і норм управління на підприємстві.

Загальні принципи управління підприємством, що закріплені в Господарському кодексі:

1. Управління підприємством здійснюється відповідно до статуту на основі поєднання прав власника відносно господарського використання свого майна та принципів самоуправління трудового колективу.

2. Наймання (призначення, обрання) керівника підприємства є правом власника (власників) майна підприємства та реалізується безпосередньо або через уповноважені ним органи.

3. Рішення щодо соціально-економічних питань, які стосуються діяльності підприємства, виробляються та приймаються органами управління за участю трудового колективу та уповноважених ним органів.

4. Вищим керівним органом колективного підприємства є загальні збори (конференція) власників майна. Виконавчі функції щодо управління підприємством здійснює правління.

Розглядаючи більш детально, можна виділити наступні принципи управління виробничими й невиробничими підприємствами.

1. ***Принцип наукового і системного обґрунтування методів управління.*** Згідно з цим принципом методи, форми, етапи і засоби управління мають бути науково обґрунтовані, перевірені на практиці й систематизовані.

Творче, грамотне і ефективне управління будь-якою виробничо-економічною системою (підприємством, фірмою, комбінатом) неможливе без використання найновіших досягнень науки і техніки, без зна-ння теорії і технології управління.

Науковість управління вимагає системного підходу до вирішення господарських завдань:

- будь-який управлінський об'єкт потрібно розглядати як складну динамічну виробничу систему, на результативність функціонування якої впливає багато внутрішніх і зовнішніх чинників;

- лише з урахуванням всіх цих чинників і можливих наслідків їх впливу на управлінський об'єкт як єдину систему, можна дати правильну оцінку господарській ситуації, що склалася, і прийняти правильне управлінське рішення;

- необхідно правильно визначити основні глобальні й проміжні завдання розвитку управлінського об'єкта, врахувати різноманітні можливі шляхи їх практичної реалізації, що дасть змогу вибрати оптимальний варіант досягнення поставленої мети.

2. ***Принцип плановірності, пропорційності й динамізму*** — спрямований на вирішення не лише поточних, але й довготривалих завдань розвитку підприємства. Система господарського управління в цьому випадку має бути зорієнтована на розвиток виробництва, обумовлений часовими межами, кількістю, асортиментом і якістю необхідних ресурсів. Плановірно-пропорційний розвиток має відбуватись поетапно, комплексно шляхом координації діяльності всіх підрозділів виробничого процесу.

3. ***Принцип розподілу функцій управління*** — базується на особистій відповідальності кожного працівника згідно з ієрархією, від лінійного керівника виробництвом, підприємством, галуззю до працівника.

У цьому випадку по структурі управління за кожним працівником, від директора до бригади закріплюються певні управлінські функції, за виконання яких кожний працівник несе відповідальність. Тому зростає відповідальність керівника кожного підрозділу за покладену на нього функцію. Таким чином, весь управлінський апарат має бути глибоко обізнаним з проблемами, які потрібно вирішувати на кожному етапі виробничої діяльності, передбачати можливі перешкоди і знаходити шляхи їх подолання.

4. ***Принцип поєднання галузевого і територіального управління.*** У сучасних умовах господарювання цей принцип більшою мірою стосується адміністративно-господарських органів управління, які на основі комплексної програми розвитку території (регіону) мають вирішувати всі проблеми соціально-економічного розвитку певної території в сукупності. Цей принцип дає можливість гармонійно і пропорційно поєднувати комплексний розвиток території (регіону), виходячи з наявності природно-сировинних ресурсів, економічного потенціалу, трудових ресурсів, і потреби споживача в певному виді продукції.

Важливим є те, що цей принцип дає змогу оптимально використовувати можливості території, вирішувати проблему самозабезпечення наявними ресурсам необхідності інтегрування з

регіонами в межах держави та за її межами.

5. **Принцип цільового поєднання і зосередженості** пов'язаний з цілеспрямованістю системи управління, за якої всі її ланки утворюють єдиний механізм, спрямований на вирішення завдання виробництва конкретної продукції. У цьому випадку можуть поєднуватись інтереси виробництв певних видів діяльності, які, об'єднавши зусилля зосередились на проблемі і здатні побудувати свою роботу так, щоб зрештою з'явилася саме та продукція, в якій є нагальна потреба, на яку є попит і споживач.

6. **Принцип безперервності та надійності** — означає створення таких організаційно-господарських і технічних умов, за яких досягається стійкий і безперервний запланований режим виробничого процесу. Він забезпечує надійність роботи і функціонування системи управління; прямий і зворотний зв'язок між компонентами управління та об'єктами; прогнозування заходів щодо можливих неполадок, порушення процесів і їх ліквідації.

7. **Принцип ефективності управління** викликаний різноманітністю шляхів досягнення однієї і тієї ж мети. Підприємство постійно перебуває в пошуках ефективних рішень щодо організації виробництва і випуску конкурентоспроможної продукції.

Інколи краще нічого не ухвалювати, ніж прийняти необдумане і неправильне рішення, яке віддаляє від поставленої мети. Якщо приймається глобальне, масштабне рішення, то воно має бути детально розглянуте і обґрунтоване. Після прийняття рішення мають застосовуватися організаційні, адміністративні та економічні заходи з його реалізації і контролю за ходом виконання.

8. **Принцип забезпечення єдності особистих, колективних і державних інтересів** визначається суспільним характером виробництва.

Підприємства, які розміщені переважно в населених пунктах і використовують неналежні їм ресурси: повітря, воду, підготовлених спеціалістів, медичне обслуговування тощо, за експлуатацію цих ресурсів зобов'язані вносити відповідну плату і підтримувати установи, які надають їм ці ресурси.

У більшості випадків підприємства не в змозі вирішити окремі проблеми без допомоги державних і місцевих органів влади: водо- і теплопостачання, каналізації, енергозабезпечення, транспортних послуг, питання невиробничої інфраструктури тощо. Тому поєднанню інтересів у розвитку будь-якого виробництва має сприяти співпраця і взаємоконтроль взятих на себе зобов'язань. Підприємства повинні не допускати забруднення водного і повітряного басейнів, ефективно використовувати надані їм ресурси і вчасно вносити за них плату.

9. **Принцип поєднання матеріальних і моральних стимулів до праці.** Промислове підприємство працюватиме стабільно, якщо в цьому зацікавлені всі працівники цього підприємства. Тобто має бути розроблена система матеріальних і моральних стимулів праці. Кожний працівник підприємства має чітко усвідомлювати свої функціональні обов'язки і знати, за що він отримує заробітну плату і може отримувати додаткові матеріальні та моральні стимули

РОЗДІЛ №2. «РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА»

ТЕМА №2.1

«НЕОБОРОТНІ АКТИВИ ПІДПРИЄМСТВА»

План:

1. Економічна сутність, елементний склад і класифікація активів під-приємства
2. Основні засоби підприємства
3. Оцінка та облік основних засобів підприємства
4. Нематеріальні активи підприємства

ЗМІСТ

1. Економічна сутність, елементний склад і класифікація активів підприємства

Основою здійснення господарської діяльності кожного підприємства є активи. Саме їх

наявність у поєднанні й взаємодії із трудовими ресурсами уможливорює здійснення безперервного виробничого процесу, функціонування і розвиток підприємства.

Категорія «активи» є надзвичайно важливою категорією у обліковому, фінансовому, управлінському, правовому та інших аспектах економічної роботи будь-якого підприємства. Дана категорія пов'язана з побудовою бухгалтерського балансу підприємства та походить із теорії бухгалтерського обліку.

У перекладі з латинської «actives» означає діючий, діяльний.

Активи — це сукупність матеріальних і нематеріальних цінностей підприємства у вартісному виразі, що формуються з власних і позичкових джерел фінансування, систематично поновлюються (відновлюються), обслуговуючи виробничо-господарський процес і забезпечуючи його безперервність, задля досягнення економічних і соціальних вигід.

Активами визнаються ресурси підприємства, що відповідають таким критеріям визнання:

- 1) вони є контрольованими підприємством у результаті минулих подій;
- 2) їх використання ймовірно призведе до отримання економічних вигод у майбутньому.

На рис. 1 зображено склад активів підприємства.

АКТИВИ			
Необоротні активи			Оборотні активи
<i>Нематеріальні активи</i>	<i>Матеріальні активи</i>		
Права користування природними ресурсами та майном, права на комерційні позначення і на об'єкти промислової власності, авторське право та суміжні з ним права, інші.	Основні засоби (будівлі, споруди, передавальні пристрої, машини та обладнання, транспортні засоби, інструменти, інвентар).	Капітальні та фінансові вкладення (незавершені капітальні інвестиції, інвестиційна нерухомість, довгострокові біологічні активи, довгострокові фінансові інвестиції, довгострокова дебіторська заборгованість, відстрочені податкові активи).	Запаси, дебіторська заборгованість, гроші та їх еквіваленти, поточні фінансові інвестиції, витрати майбутніх періодів тощо.

Рис. 1 – Склад активів підприємства

До них включають усі матеріальні цінності, нематеріальні активи та кошти, що належать суб'єкту господарювання на певну дату їх розміщення та використання.

Наявні активи підприємства відображаються в його балансі за такими елементами:

1) необоротні активи:

- нематеріальні активи;
- незавершені капітальні інвестиції;
- основні засоби;
- інвестиційна нерухомість;
- довгострокові біологічні активи;
- довгострокові фінансові інвестиції;
- довгострокова дебіторська заборгованість;
- відстрочені податкові активи;
- інші необоротні активи;

2) оборотні активи:

- запаси;
- поточні біологічні активи;
- дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги;
- дебіторська заборгованість за розрахунками за виданими авансами;
- дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом;
- інша поточна дебіторська заборгованість;
- гроші та їх еквіваленти;
- витрати майбутніх періодів;

- інші оборотні активи;

3) необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття.

Характеристика цих складових елементів активів наведена у таблиці 1

Таблиця 1 – Елементний склад активів підприємства

Групи активів	Складові елементи активів	Зміст і характеристика
1	2	3
Необоротні активи	Нематеріальні активи	Немонетарні активи представлені об'єктами промислової та інтелектуальної власності, які не мають матеріальної форми, але можуть бути ідентифіковані (наприклад, права користування природними ресурсами, майном, патентні права на використання винаходів, «ноу-хау» тощо).
	Незавершені капітальні інвестиції	Вартість незавершених капітальних інвестицій в необоротні активи на будівництво, реконструкцію, модернізацію (інші поліпшення, що збільшують первісну чи переоцінену вартість необоротних активів), виготовлення, створення, вирощування, придбання об'єктів основних засобів, нематеріальних активів, довгострокових біологічних активів.
	Основні засоби	Матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік).
Необоротні активи	Інвестиційна нерухомість	Власні або орендовані на умовах фінансової оренди земельні ділянки, будівлі, споруди, які розташовуються на землі, утримувані з метою отримання орендних платежів та/або збільшення власного капіталу, а не для виробництва та постачання товарів, надання послуг, адміністративної мети чи продажу в процесі звичайної діяльності.
	Довгострокові біологічні активи	Сукупність біологічних активів (тварин або рослин), що приносять економічні вигоди понад 12 місяців. До них належать: продуктивні тварини (вівці, свині, велика рогата худоба), які систематично надають сільськогосподарську продукцію та/або додаткові біологічні активи; плодоносні сільськогосподарські рослини (виноградники, лісові масиви).

1	2	3
	Довгострокові фінансові інвестиції	Довгострокові фінансові інвестиції в цінні папери та довгострокові векселі одержані.
	Довгострокова дебіторська заборгованість	Сума дебіторської заборгованості, яка не виникає в ході нормального операційного циклу (у процесі звичайної діяльності підприємства) та буде погашена після дванадцяти місяців з дати балансу (наприклад, довгострокова дебіторська заборгованість за операціями з оренди).
	Відстрочені податкові активи	Сума податку на прибуток, що підлягає відшкодуванню у наступних періодах внаслідок тимчасової податкової різниці, що підлягає вирахуванню; перенесення податкового збитку, не включеного до розрахунку зменшення податку на прибуток у звітному періоді; перенесення на майбутні періоди податкових пільг, якими скористатися у звітному періоді неможливо.
	Інші необоротні активи	Необоротні активи, що не включені в попередні групи.
Оборотні активи	Запаси	Сукупність активів, що утримуються для подальшого продажу (розподілу, передачі) за умов звичайної господарської діяльності, або перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва, або утримуються для споживання під час виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг, а також управління підприємством. Вони включають виробничі запаси (сировину, матеріали, комплектуючі вироби, інші матеріальні цінності), незавершене виробництво, готову продукцію, товари, малоцінні та швидкозношувані предмети.
	Поточні біологічні активи	Сукупність біологічних активів (тварин або рослин), здатних давати сільськогосподарську продукцію та/або додаткові біологічні активи, приносити в інший спосіб економічні вигоди протягом періоду, що не перевищує 12 місяців, а також тварини на вирощуванні та відгодівлі. До їх складу належать тварини на вирощуванні та відгодівлі, риба (риборозведення), доросла птиця, сім'я бджіл, зернові культури, овочеві культури, технічні культури, кормові культури, розсадники).
Оборотні активи	Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	Сума заборгованості на користь підприємства, яка представлена фінансовими зобов'язаннями дебіторів (юридичних і фізичних осіб) за розрахунками за товари, роботи, послуги.
	Дебіторська заборгованість за розрахунками за виданими авансами	Сума дебіторської заборгованості за розрахунками з поставачальниками, підрядниками у разі попередньої оплати за товари, роботи, послуги, з працівниками за виданий аванс на господарські потреби або видатки на відрядження.

1	2	3
<i>Оборотні активи</i>	Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	Заборгованість фінансових і податкових органів, а також авансові платежі, переплату за податками і зборами, іншими платежами до бюджету. Відображається в балансі із виділенням заборгованості з податку на прибуток.
	Інша поточна дебіторська заборгованість	Дебіторська заборгованість за розрахунками з відшкодування завданих збитків, зі спільної діяльності, за спеціальними видами платежів тощо.
	Гроші та їх еквіваленти	Сукупність готівки, коштів на рахунках у банках та депозитів до запитання, а також короткострокових високоліквідних фінансових інвестицій, які вільно конвертуються у певні суми грошей і які характеризуються незначним ризиком зміни вартості.
	Витрати майбутніх періодів	Витрати поточного або попередніх звітних періодів, що належать до наступних звітних періодів.
	Інші оборотні активи	Оборотні активи, що не включені в попередні групи.
<i>Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</i>		Матеріальні активи, критеріями визнання яких є: ▪ отримання економічних вигод очікується від їх продажу, а не від їх використання за призначенням; ▪ вони готові до продажу у їх теперішньому стані; ▪ їх продаж, як очікується, буде завершено протягом року з дати визнання їх такими, що утримуються для продажу; ▪ умови їх продажу відповідають звичайним умовам продажу для подібних активів; ▪ здійснення їх продажу має високу ймовірність, зокрема якщо керівництвом підприємства підготовлено відповідний план або укладено твердий контракт про продаж, здійснюється їх активна пропозиція на ринку за ціною, що відповідає справедливій вартості.

У таблиці 2 систематизовано різновиди активів підприємства за основними класифікаційними ознаками. Ключовими критеріями класифікації активів підприємства є: економічний зміст; форма функціонування; характер фінансових джерел формування; характер володіння; місце використання; характер участі в різних видах діяльності; терміни експлуатації; рівень ліквідності тощо.

Активи підприємства мають певні джерела формування (фінансування) — пасиви (капітал). Джерелами формування активів є фінансові ресурси, які за походженням або щодо приналежності під-приємству можна розділити на:

- 1) власні джерела (зареєстрований капітал, додатковий капітал, резервний капітал, нерозподілений прибуток тощо);
- 2) позикові джерела (довгострокові та короткострокові кредити банків, кредиторська заборгованість тощо).

Роль та значення активів полягає у тому, що вони:

- здатні взаємозамінюватись, конвертуватись і реструктуруватись;
- забезпечують безперервність процесу виробництва;
- генерують дохід унаслідок постійного обороту.

Таблиця 2 – Класифікація активів підприємства

Класифікаційні ознаки	Різновиди активів підприємства
1	2
За економічним змістом	<i>Необоротні (фіксовані) активи</i> — це сукупність матеріальних і нематеріальних ресурсів підприємства, призначені для тривалого використання (більше року) в процесі його господарської діяльності.
	<i>Оборотні (поточні) активи</i> — грошові кошти та їх еквіваленти, що не обмежені у використанні, а також інші активи, що призначені для реалізації чи споживання протягом операційного циклу чи протягом не більше дванадцяти місяців з дати балансу.
За формами функціонування	<i>Матеріальні активи</i> — це їх частина, що має матеріально-речову форму (наприклад, основні засоби, незавершені капітальні вкладення, устаткування, виробничі запаси сировини та матеріалів, запаси швидкозношуваних предметів, обсяг незавершеного виробництва, грошові активи тощо).
	<i>Нематеріальні активи</i> — це немонетарні активи, представлені об'єктами промислової та інтелектуальної власності, які не мають матеріальної форми, але можуть бути ідентифіковані (наприклад, права користування природними ресурсами, майном, патентні права на використання винаходів, «ноу-хау» тощо).
За характером фінансових джерел формування	<i>Валові активи</i> (характеризують ту їх частину, яка сформована за рахунок як власного, так і позикового капіталу підприємства).
	<i>Чисті активи</i> (характеризують ту їх частину, яка сформована винятково за рахунок власного капіталу підприємства).
За характером володіння	Власні активи.
	Орендовані (лізингові) активи.
	Безоплатно отримані активи.
	Позикові активи.
Залежно від місця використання	<i>Активи, що використовуються всередині підприємства</i> (основні засоби, запаси, незавершені капітальні вкладення, нематеріальні активи, готівка).
	<i>Активи, що використовуються за межами підприємства</i> (довгострокові фінансові вкладення, дебіторська заборгованість, короткострокові фінансові вкладення).
Відповідно до рекомендацій Статистичної комісії ООН	<i>Нефінансові активи</i> (нематеріальні активи, основні засоби, інвестиційна нерухомість, незавершені капітальні інвестиції, запаси, біологічні активи).
	<i>Фінансові активи</i> (довгострокові та поточні фінансові інвестиції, довгострокова та поточна дебіторська заборгованість, грошові кошти та їх еквіваленти).

1	2
За характером участі в різних видах діяльності	<i>Операційні активи</i> (основні засоби; нематеріальні активи, що обслуговують операційний процес; оборотні операційні активи).
	<i>Інвестиційні активи</i> (незавершені капітальні вкладення; довгострокові та короткострокові вкладення; обладнання, призначене до монтажу).
За термінами експлуатації	<i>Короткострокові активи</i> — це активи призначені для використання або продажу на протязі всього операційного циклу, або дванадцяти місяців від звітної дати. Короткострокові активи представлені в грошових формах або їх еквівалентів, які можуть використовуватися без обмежень.
	<i>Довгострокові активи</i> — це активи, які утримуються на балансі більше одного операційного циклу і не можуть бути швидко конвертовані в грошову форму.
За рівнем ліквідності	<i>Абсолютно ліквідні активи</i> , термін реалізації (трансформації) яких складає кілька днів без втрати балансової вартості (грошові кошти; частина дебіторської заборгованості, оплата якої відбудеться у семиденний строк; активи, які користуються підвищенням попиту з боку ринкової кон'юнктури).
	<i>Високоліквідні активи</i> , термін реалізації яких не перевищує один місяць, а реалізаційна ціна складає менш ніж 90% балансової вартості (дебіторська заборгованість, погашення якої відбудеться у тридцятиденний строк; короткострокові фінансові інвестиції (цінні папери), оборотні й інші активи підприємства, які можуть бути реалізованими за вказаним строком без значної втрати вартості).
За рівнем ліквідності	<i>Середньоліквідні активи</i> , термін реалізації яких складає до шести місяців, а втрата балансової вартості не перевищує 50%. До цієї групи належить майно підприємства, реалізація якого потребує значного зниження ціни за умов існування помірного попиту з боку ринкової кон'юнктури, морального та фізичного зносу в результаті їх експлуатації (транспортні засоби, машини й обладнання, незавершене будівництво та ін.).
	<i>Низьколіквідні активи</i> , які мають термін реалізації від шести до дванадцяти місяців, або втрата балансової вартості яких складає від 50 до 90% (наприклад, майно підприємства, призначене для поточної господарської діяльності; транспортні засоби й обладнання, які для продовження їх експлуатації потребують значних капітальних вкладень; комп'ютерна і оргтехніка та ін.).
	<i>Неліквідні активи</i> , строк реалізації яких перевищує 12 місяців, або реалізаційна втрата вартості яких становить більше, ніж 90% (наприклад, активи підприємства, на які практично відсутній попит з боку ринкової кон'юнктури; майно, що підлягає списанню за ліквідаційною вартістю).

Формуючи активи підприємства, варто значну увагу приділити вибору оптимального їх рівня, раціональної структури та джерел формування, враховуючи специфіку діяльності кожного підприємства й вплив факторів зовнішнього і внутрішнього середовища.

2. Основні засоби підприємства

Значну частку сукупних активів підприємства становлять основні засоби. Саме такі активи характеризують матеріально-технічну базу підприємства.

Основні засоби підприємства — це матеріальні активи, як частина виробничих засобів суб'єкта господарювання, що не змінюють своєї матеріально-речової форми, використовуючись у виробничій і позавиробничій діяльності протягом тривалого періоду понад один рік (або операційний цикл, якщо він довший за рік) та переносять свою вартість на результат діяльності (кінцеву продукцію) частинами.

Вартісний вираз основних засобів підприємства розглядається як основний капітал підприємства.

Порядок формування, обліку і використання основних засобів на підприємствах в Україні, основним чином, регулюють такі нормативно-правові акти як Податковий кодекс України, Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби».

Ключовими критеріями визнання основних засобів є:

- матеріальність (наявність матеріально-речової форми);
- призначення (утримуються з метою використання в процесі виробництва, постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних чи соціально-культурних функцій, функцій реалізації кінцевої продукції тощо);
- строк корисного використання (більше року або операційного циклу, якщо він більше року);
- незмінність (постійність) їх натурально-речової форми у процесі виробництва;
- здатність в процесі експлуатації поступово переносити вартість на результат діяльності підприємства;
- контрольованість;
- можливість їх достовірної оцінки;
- отримання в майбутньому економічних вигід від їх використання тощо.

Призначення основних засобів полягає в тому, що у ході виробничого процесу працівники підприємства з їх допомогою здійснюють вплив на предмети праці (сировина, матеріали, напівфабрикати, паливо тощо), перетворюючи їх на готову продукцію.

Для чіткого обліку та оцінки ефективності використання, основні засоби необхідно правильно класифікувати.

Залежно від участі у процесі виробництва продукції виокремлюють такі види основних засобів:

- **виробничі основні засоби**, що є їх частиною, яка приймає безпосередню участь у процесі виробництва впродовж тривалого періоду, зберігаючи при цьому натуральну форму і переносючи вартість на вироблену кінцеву продукцію поступово, частинами, у міру використання;

- **невиробничі основні засоби**, що не беруть участі у виробничих процесах і не створюють вартості (наприклад, житлові будинки та інші об'єкти соціально-культурного й побутового обслуговування, які не використовуються у господарській діяльності, але перебувають на балансі підприємства).

Згідно з видовою (технологічною) класифікацією основні засоби підприємства за функціональним призначенням поділяються на такі різновиди:

1) **будівлі** — виробничі об'єкти, а також ті, що служать місцем для виконання адміністративно-господарських функцій і зберігання матеріальних цінностей (цехи, склади, адміністративно-господарські приміщення та ін.);

2) **споруди** — інженерно-будівельні об'єкти, призначенням яких є створення умов, необхідних для здійснення процесу виробництва, що не пов'язані зі зміною предмета праці (мости, тунелі, очисні споруди, нафтові та газові свердловини, димові труби на окремих фундаментах, автомобільні шляхи, підземні й наземні переходи, насосні станції, водонапірні башти тощо);

3) **передавальні пристрої** — засоби, за допомогою яких проводиться передача електричної, теплової і механічної енергії (електро- та тепломережі, газо-, паро-, водо- і нафтопроводи й ін.);

4) **машини та обладнання:**

- силові машини й обладнання — призначені для вироблення, перетворення та розподілу енергії (генератори, електродвигуни, турбіни, трансформатори);
- робочі машини й обладнання, призначені для механічної та хімічної дії на предмети праці (верстати, преси, молоти);

- вимірювальні та регулюючі прилади, лабораторне обладнання;

- обчислювальна техніка;

- інші обладнання і машини (пожежні машини й спецобладнання);

5) **транспортні засоби** — це засоби внутріцехового, міжцехового та міжзаводського

транспорту: автомобілі, тягачі, автонавантажувачі, електрокари, тепловози, вагони та ін.;

6) **інструмент** — це засоби, що беруть участь у якості безпосереднього формоутворювача предметів праці (ручні та механізовані інструменти усіх видів, вимірювальні та різучі інструменти, пристосування);

7) **виробничий інвентар** — це засоби, призначені для полегшення виробничих операцій під час роботи (інвентарна тара, робочі столи, робочі стелажі, різні місткості);

8) **господарський інвентар** — це предмети канцелярського і господарського призначення, функціями яких є обслуговування виробництва (меблі, канцтовари тощо).

Згідно з Національними стандартами бухгалтерського обліку в Україні, зокрема відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби», основні засоби класифікуються за такими групами:

- 1) земельні ділянки;
- 2) капітальні витрати на поліпшення земель, не пов'язані з будівництвом;
- 3) будинки, споруди та передавальні пристрої;
- 4) машини та обладнання;
- 5) транспортні засоби;
- 6) інструменти, прилади, інвентар (меблі);
- 7) тварини;
- 8) багаторічні насадження та плодоносні рослини;
- 9) інші основні засоби.

Для здійснення процесу амортизації, розрахунку норм амортизаційних відрахувань і амортизаційних сум основні засоби та інші необоротні активи згідно Податкового Кодексу України поділяються на 16 груп (табл. 3).

Групи	Мінімально допустимі строки корисного використання, років
група 1 — земельні ділянки	—
група 2 — капітальні витрати на поліпшення земель, не пов'язані з будівництвом	15
група 3 — будівлі	20
споруди	15
передавальні пристрої	10
група 4 — машини та обладнання	5
з них:	
електронно-обчислювальні машини, інші машини для автоматичної обробки інформації, пов'язані з ними засоби зчитування або друку інформації, пов'язані з ними комп'ютерні програми (крім програм, витрати на придбання яких визнаються роялті, та/або програм, які визнаються нематеріальним активом), інші інформаційні системи, комутатори, маршрутизатори, модулі, модеми, джерела безперебійного живлення та засоби їх підключення до телекомунікаційних мереж, телефони (в тому числі стільникові), мікрофони і рації, вартість яких перевищує 6000 гривень	2
група 5 — транспортні засоби	5
група 6 — інструменти, прилади, інвентар, меблі	4
група 7 — тварини	6
група 8 — багаторічні насадження	10
група 9 — інші основні засоби	12
група 10 — бібліотечні засоби, збереження Національного архівного фонду України	—
група 11 — малоцінні необоротні матеріальні активи	—
група 12 — тимчасові (нетитульні) споруди	5
група 13 — природні ресурси	—
група 14 — інвентарна тара	6
група 15 — предмети прокату	5
група 16 — довгострокові біологічні активи	7

До **активної частини** належить основні засоби, що беруть безпосередню участь у виробничому процесі та прямо впливають на обсяги випуску продукції (робочі машини та обладнання, устаткування, інструменти, прилади, пристрої вимірювання, обчислювальна техніка тощо).

До **пасивної частини** (будівлі, споруди, господарський інвентар) належить основні засоби, що забезпечують нормальні умови для здійснення процесу виробництва та опосередковано впливають на обсяги виробництва продукції.

Прогресивною є така структура основних засобів, за якої частка активної частини зростає;

3. Оцінка та облік основних засобів підприємства

Облік основних засобів здійснюється в **натуральній і вартісній формах**.

Натуральні показники обліку та оцінки основних засобів (кількість одиниць обладнання, площа, обсяг, потужність, продуктивність обладнання і т.д.) використовуються для розрахунку виробничої потужності підприємства, розробки балансів обладнання, оцінки технічного складу та стану основних засобів і т.д.

Вартісна форма обліку та оцінки основних засобів необхідна для визначення їх вартості й планування відтворення, обчислення величини амортизації, калькулювання собівартості продукції. Облік основних засобів у вартісній формі називається їх оцінкою.

Вартісні показники оцінки основних засобів групують залежно від:

- моменту проведення оцінки;
- стану основних засобів.

Залежно від моменту проведення оцінки вартість основних засобів визначається як:

1) **первісна вартість** — це фактична вартість об'єкта основних засобів на момент його придбання і зарахування на баланс.

Первісна вартість об'єкта основних засобів складається з таких витрат:

- суми, що сплачується постачальникам активів та підрядникам за виконання будівельно-монтажних робіт (без непрямих податків), тобто фактично це ціна придбання об'єкта основних засобів;
- реєстраційні збори, державне мито та аналогічні платежі, що здійснюються у зв'язку з придбанням (отриманням) прав на об'єкт основних засобів;
- суми ввізного мита;
- суми непрямих податків у зв'язку з придбанням (створенням) основних засобів (якщо вони не відшкодовуються підприємству);
- витрати зі страхування ризиків доставки основних засобів;
- витрати на транспортування, встановлення, монтаж, налагодження основних засобів;
- інші витрати, безпосередньо пов'язані з доведенням основних засобів до стану, в якому вони придатні для використання із запланованою метою.

Первісну вартість об'єкта основних засобів (V_n) у загальному вигляді можна розрахувати за формулою:

$$V_n = C + Z + C + M, \quad (1)$$

де C — ціна (вартість придбання) об'єкта основних засобів, грн;

Z — збори, мита, непрямі податки, грн;

C — витрати на страхування ризиків, грн;

M — витрати на установку, монтаж і доведення основних засобів до робочого експлуатаційного стану, грн;

2) **відновна вартість** — це вартість відтворення основних засобів в сучасних умовах виробництва. Вона враховує ті ж витрати, що й первісна вартість, але за теперішніми цінами та включає результати переоцінки основних засобів (індексацію їх первісної вартості), що проводиться за рішенням уряду. Така оцінка проводиться з метою приведення до порівнюваного стану вартості основних засобів, введених в експлуатацію в різні роки.

Відновну вартість основних засобів (V_v) можна визначити за формулою:

$$V_v = V_n \times K_i, \quad (2)$$

де V_n — первісна вартість об'єкта основних засобів, грн;

K_i — показник індексації (індекс переоцінки основних засобів), що можна розрахувати за формулою:

$$K_i = B_c / B_z \quad (3)$$

де B_c — справедлива вартість об'єкта основних засобів — це сума, за якою можна продати цей об'єкт на певну дату, тобто така вартість є фактично ринковою (реальною) його вартістю;

B_z — залишкова вартість основних засобів.

Відновну вартість об'єкта основних засобів із врахуванням річного проценту приросту продуктивності праці в економіці можна визначити за такою формулою:

$$B_v = \frac{B_n}{\left(1 + \frac{\Delta P_n}{100}\right)^t} \quad (4)$$

де ΔP_n — річний приріст продуктивності праці в економіці, %.

Відновна вартість основних засобів з врахуванням зношення (B_b) визначається як:

$$B_b^* = B_b - \Sigma A \quad (5)$$

де ΣA — накопичена сума амортизаційних відрахувань, грн.

Залежно від стану основних засобів виділяють такі види їх вартісної оцінки:

1) повну (первісну чи відновну) вартість основних засобів — це вартість у новому, незношеному стані. Саме за цією вартістю основні засоби обліковується на балансі підприємства протягом усього періоду їх функціонування;

2) залишкову вартість основних засобів (B_z), яка характеризує реально існуючу їх вартість, ще не перенесену на вартість готової продукції. Вона є розрахунковою величиною і визначається як різниця між повною (первісною чи відновною) вартістю основних засобів та накопиченою на момент обчислення сумою їх спрацювання:

$$B_z = B_n - \Sigma A \quad (6)$$

3) **ліквідаційну вартість** (B_l) — це залишкова вартість об'єкта основних засобів на час його вибуття з балансу, спричиненого спрацюванням. Фактично ліквідаційна вартість об'єкта основних засобів є сумою коштів, яку підприємство очікує отримати від його реалізації (ліквідації) після закінчення строку корисного використання (експлуатації), за вирахуванням витрат, пов'язаних з продажем (ліквідацією).

Оцінку основних засобів також проводять за середньорічною їх вартістю ($B_{c.p.}$), яка використовується для розрахунку економічних показників та визначається за формулою:

$$B_{c.p.} = B_{n.p.} + \frac{B_{vv} \times n_1}{12} - \frac{B_{viv} \times n_2}{12}, \quad (7)$$

де $B_{n.p.}$ — вартість основних засобів на початок року, грн;

B_{vv} — вартість основних засобів, що були введені у звітному році, грн;

n_1 — кількість місяців до кінця року, впродовж яких введені об'єкти основних засобів експлуатувались;

B_{viv} — вартість основних засобів, що були виведені у звітному році, грн;

n_2 — кількість місяців до кінця року, впродовж яких виведені об'єкти основних засобів не використовувались.

Спрацювання основних засобів підприємства.

У процесі експлуатації (свого обороту) основні засоби піддаються зношенню (спрацюванню).

Зношення — це втрата основними засобами своєї первинної вартості. Тобто зношення характеризує процес старіння основних засобів.

Розрізняють два види зношення основних засобів — **фізичне і моральне**.

Фізичне зношення — це втрата основними засобами своїх споживчих властивостей у результаті зміни механічних, фізичних, хімічних чи інших їх властивостей під впливом процесів праці, сил природи та інших факторів, внаслідок чого вони перестають задовольняти вимоги, які до них початково ставились.

Фізичне зношення може мати місце внаслідок безпосередньої експлуатації основних засобів у результаті зносу їх окремих деталей, вузлів, блоків, а також може настати у процесі бездіяльності основних засобів і тривалого їх зберігання під впливом дії зовнішнього середовища

(атмосферні явища, корозія).

На фізичне зношення основних засобів впливають дві групи чинників:

1) **якість основних засобів** (досконалість конструкції об'єкта основних засобів, дотримання технологічної дисципліни у процесі його виготовлення, якість використовуваних для виробництва об'єкта основних засобів комплектуючих та матеріалів);

2) **умови експлуатації основних засобів** (рівень завантаження об'єкта основних засобів, якість і своєчасність технічного догляду та ремонтів, режим роботи, захищеність від впливу вологості, тиску і т.п.).

Фізичне спрацювання основних засобів може бути усуне, яке ліквідується шляхом проведення ремонтів різної складності, в т.ч. капітальних, та неусуне, яке призводить до повного руйнування основних засобів і їх ліквідації.

Рівень фізичного зношення можна визначити за коефіцієнтом фізичного зношення основних засобів ($K_{ф., знош}$), що обчислюється:

$$K_{ф., знош} = V_{кап. Рем} / V_n \quad (8)$$

де $V_{кап.рем}$ — вартість капітальних ремонтів основних засобів від початку їх служби (експлуатації), грн;

V_n — первісна вартість основних засобів, грн;

Моральне зношення — це передчасне знецінення об'єктів основних засобів і втрата ними економічної ефективності та доцільності використання до закінчення терміну фізичної служби, викликані або здешевленням відтворення або появою більш продуктивних таких основних засобів.

Моральне зношення основних засобів характеризує зменшення їх вартості незалежно від фізичного зношення.

Виокремлюють моральне зношення I-го і II-го роду.

Моральне зношення I роду — це зменшення вартості об'єктів основних засобів унаслідок здешевлення їх відтворення в сучасних умовах. Такий вид морального зношення пов'язаний із появою на ринку об'єктів основних засобів з аналогічними споживчими властивостями (експлуатаційними характеристиками, функціями, продуктивністю) за нижчою ціною. Це є результатом підвищення продуктивності праці у тих видах економічної діяльності, які виготовляють об'єкти основних засобів, а тому їх виробництво відбувається з меншими затратами й вони дешевшають.

Рівень морального зношення I роду основних засобів можна визначити за коефіцієнтом морального зношення I роду ($K_{мор.знош1}$), що розраховується за формулою:

$$K_{мор.знош1} = (V_n - V_v) / V_n \quad (9)$$

Моральне зношення II роду — це часткова втрата об'єктами основних засобів своєї вартості в результаті появи нових, більш досконалих і продуктивніших їх аналогів. В такому випадку старі об'єкти основних засобів перестають задовольняти потреби споживачів, їх використання стає економічно не вигідним і недоцільним. Проте, величина такого зношення буде різною у різних категорій споживачів даного виду основних засобів.

Моральне зношення II роду основних засобів можна обчислити за коефіцієнтом морального зношення II роду ($K_{мор.знош2}$), що визначається за формулою:

$$K_{мор.знош2} = (P_n - P_d) / P_n \quad (10)$$

де P_n , P_d — продуктивність нового та діючого об'єкта основних засобів, од./год.

Цей вид зношення можна частково усунути шляхом модернізації основних засобів.

Загальний коефіцієнт зношення основних засобів ($K_{заг.знош}$) визначається за формулою:

$$K_{заг.знош} = 1 - (1 - K_{ф.знош}) \times (1 - K_{мор.знош1}) \times (1 - K_{мор.знош2}) \quad (11)$$

Грошова компенсація фізичного зношення основних засобів здійснюється шляхом амортизації.

Амортизація основних засобів підприємства

Процес відшкодування вартості основних засобів та інших необоротних активів здійснюється шляхом амортизації.

Амортизація — це процес перенесення вартості основних засобів на вартість новоствореної продукції впродовж терміну їх корисного використання з метою повного відновлення.

Амортизація передбачає систематичний розподіл вартості необоротних активів, яка амортизується, протягом строку їх корисного використання (експлуатації). Тобто фактично амортизація означає списання протягом кількох років експлуатації первісної вартості необоротних активів. Сума амортизації об'єкта основних засобів з початку його корисного використання характеризує величину зносу основних засобів.

Для здійснення економічно вигідного процесу нарахування амортизації важливо правильно вибрати метод амортизації.

Прямолінійний метод нарахування амортизації — передбачає рівномірне списання (розподіл) вартості об'єкта основних засобів, що амортизується, протягом строку його експлуатації.

Амортизаційні відрахування за рік (A_p) згідно прямолінійного методу визначаються за формулою:

$$A_p = \frac{(B_n - B_{\text{л}})}{T} = \frac{H_a}{100} \times (B_n - B_{\text{л}}), \quad (12)$$

де $(B_n - B_{\text{л}})$ — вартість, яка амортизується;

T — термін служби (строк корисного використання) об'єкта основних засобів, років;

H_a — норма амортизації — річний відсоток відшкодування вартості зношеної частини основних засобів, %.

Норма амортизації розраховується за формулою:

$$H_a = 100\%/T \quad (13)$$

Місячна сума амортизаційних відрахувань визначається діленням річної її суми на 12.

Забезпечення ефективного процесу амортизації вимагає дотримання таких правил:

1. Нархування амортизації здійснюється пооб'єктно та щомісячно.
2. Об'єктом амортизації є вартість, яка амортизується (окрім вартості земельних ділянок, природних ресурсів і капітальних інвестицій).
3. Нархування амортизації здійснюється протягом фактичного терміну корисного використання (експлуатації) об'єкта основних засобів.
4. Нархування амортизації починається з місяця, наступного за місяцем, у якому об'єкт основних засобів став придатним для корисного використання.
5. Нархування амортизації припиняється, починаючи з місяця, наступного за місяцем вибуття об'єкта основних засобів, переведення його на реконструкцію, модернізацію, добудову, дообладнання, консервацію.
6. Амортизацію окремих груп необоротних матеріальних активів, зокрема, тимчасових (нетитульних) споруд, інвентарної тари, предметів прокату тощо, необхідно нарахувати прямолінійним або виробничим методами.
7. Нархування амортизації може здійснюватися з урахуванням мінімально допустимих строків корисного використання основних засобів, встановлених податковим законодавством (крім випадку застосування виробничого методу).
8. Суму нарахуваної амортизації всі підприємства відображають збільшенням суми витрат підприємства і зносу основних засобів.

Сума нарахуваної амортизації береться за вартість фізичного зносу.

Амортизаційні відрахування відносяться на витрати виробництва та з них формується амортизаційний фонд підприємства, який і використовується для відновлення основних засобів.

За рахунок амортизаційних відрахувань фінансуються витрати:

- на придбання основних засобів та нематеріальних активів для власного виробничого використання, в тому числі на самостійне виготовлення основних засобів для власних виробничих потреб (включно з витратами на виплату заробітної плати працівникам, які зайняті на виготовленні таких основних засобів);
- на здійснення всіх видів ремонту, реконструкції, модернізації та інших способів поліпшення основних засобів.

Не підлягають амортизації та проводяться за рахунок відповідних джерел:

- витрати на придбання чи самостійне виготовлення невикористаних основних засобів;
- витрати на ремонт, реконструкцію, модернізацію або інші поліпшення невикористаних

основних засобів.

Відтворення основних засобів підприємства.

Відтворення основних засобів — це процес безперервного їх оновлення.

Мета відтворення основних засобів полягає у підтриманні їх в придатному до експлуатації стані, відшкодуванні вартості спрацьованої частини таких засобів, нарощенні виробничої потужності підприємства.

Виокремлюють такі форми відтворення основних засобів підприємства:

1) **просте відтворення** — це відновлення основних засобів без зміни їх обсягу, що передбачає здійснення різних видів ремонту основних засобів (в т.ч. капітального ремонту) та є доречним в умовах часткового їх зносу;

2) **розширене відтворення** — це відновлення основних засобів в результаті якого збільшується їх обсяг та якісні параметри, що передбачає повну заміну зношених основних засобів в умовах їх цілковитого зносу на основі придбання нових основних засобів чи капітального будівництва.

Показники оцінки руху основних засобів підприємства.

Стан основних засобів не є статичним, їх вартість перебуває у постійному русі, що відбувається завдяки модернізації, заміні, введенню чи вибуттю засобів виробництва. Для характеристики руху основних засобів на підприємстві використовуються такі показники:

1) **коефіцієнт оновлення основних засобів** (Кон):

$$Кон = V_{вв} / V_{к.р.}, \quad (14)$$

де $V_{к.р.}$ — вартість основних засобів на кінець року, грн;

$V_{вв}$ — вартість основних засобів, що були введені у звітному році, грн;

2) **коефіцієнт вибуття основних засобів** (Квив):

$$К_{вив} = V_{вив} / V_{п.р.}, \quad (15)$$

де $V_{п.р.}$ — вартість основних засобів на початок року, грн;

$V_{вив}$ — вартість основних засобів, що були виведені у звітному році, грн;

3) **коефіцієнт приросту основних засобів** (Кпр):

$$К_{пр} = (V_{в} - V_{вив}) / V_{п.р.} \quad (16)$$

3. Нематеріальні активи підприємства

Суть та склад нематеріальних активів підприємства

Відповідно до П(С)БО 8 **нематеріальними активами** вважаються немонетарні активи, які:

- не мають матеріальної форми;
- можуть бути ідентифіковані.

Основними економічними ознаками нематеріальних активів є:

- відсутність матеріального змісту і матеріально-речової форми;
- тривалий період використання (понад один рік);
- здатність створювати вигоду власникам підприємства, забезпечувати їм права та привілеї;
- високий рівень невизначеності розмірів можливого у майбутньому прибутку у результаті їх використання.

За призначенням та умовами використання нематеріальні активи поділяють на такі групи:

- група 1 — **права користування природними ресурсами** (право користування надрами, іншими ресурсами природного середовища, геологічною та іншою інформацією про природне середовище тощо);

- група 2 — **права користування майном** (право користування земельною ділянкою відповідно до земельного законодавства; право користування будівлею, право на оренду приміщень тощо);

- група 3 — **права на комерційні позначення** (права на торговельні марки (знаки для товарів і послуг), комерційні (фірмові) найменування тощо), крім тих, витрати на придбання яких визнаються роялті;

- група 4 — **права на об'єкти промислової власності** (право на винаходи, корисні моделі,

промислові зразки, сорти рослин, породи тварин, компонування (топографії) інтегральних мікросхем, комерційні таємниці, в тому числі «ноу-хау», захист від недобросовісної конкуренції тощо), крім тих, витрати на придбання яких визнаються роялті;

- група 5 — **авторське право та суміжні з ним права** (право на літературні, художні, музичні твори, комп'ютерні програми, програми для електронно-обчислювальних машин, компіляції даних (бази даних), фонограми, відеограми, передачі (програми) організацій мовлення тощо), крім тих, витрати на придбання яких визнаються роялті;

- група 6 — **інші нематеріальні активи** (право на ведення діяльності, використання економічних та інших привілеїв тощо).

Роялті — це платежі будь-якого виду, одержані у вигляді винагород (компенсацій) за використання або надання дозволу на використання прав інтелектуальної (в т.ч. промислової) власності, а також інших аналогічних майнових прав, що визнаються об'єктом права власності суб'єкта господарської діяльності, включаючи використання авторських прав на будь-які твори науки, літератури, мистецтва, записи на носіях інформації, права на копіювання і розповсюдження будь-якого патенту або ліцензії, знака на товари та послуги, права на винаходи, на промислові або наукові зразки, креслення, моделі або схеми програмних засобів обчислювальної техніки, автоматизованих систем або систем обробки інформації, секретної формули або процесу, права на інформацію щодо промислового, комерційного або наукового досвіду (ноу-хау).

Визнання і оцінка нематеріальних активів

Придбаний або отриманий нематеріальний актив визнається підприємством і відображається в балансі, якщо він відповідає таким критеріям визнання:

1) існує ймовірність одержання майбутніх економічних вигод, пов'язаних з його використанням;

2) вартість даного нематеріального активу може бути достовірно визначена.

Що стосується нематеріальних активів, отриманих підприємством в результаті розробки, то критеріями їх визнання і підставами відображення в балансі є:

1) наявність у підприємства наміру, технічної можливості та ресурсів для доведення нематеріального активу до стану, у якому він буде придатний для реалізації або використання;

2) можливість отримання підприємством майбутніх економічних вигод від реалізації або використання даного нематеріального активу;

3) наявність у підприємства інформації для достовірного визначення витрат, пов'язаних з розробкою нематеріального активу.

Якщо нематеріальний актив не відповідає вказаним вище критеріям визнання, то витрати, пов'язані з його придбанням чи створенням, визнаються витратами того звітного періоду, протягом якого вони були здійснені без визнання таких витрат у майбутньому нематеріальним активом.

Не визнаються нематеріальним активом, а підлягають відображенню у складі витрат того звітного періоду, в якому вони були здійснені:

- витрати на дослідження;

- витрати на підготовку і перепідготовку кадрів;

- витрати на рекламу та просування продукції на ринку;

- витрати на створення, реорганізацію та переміщення підприємств або їх частини;

- витрати на підвищення ділової репутації підприємства, вартість видань і витрати на створення торгових марок (товарних знаків).

Придбані (створені) нематеріальні активи зараховуються на баланс підприємства за **первісною вартістю**.

Первісна вартість придбаного нематеріального активу складається з:

- ціни (вартості) придбання (крім отриманих торговельних знижок);

- мита, непрямих податків, що не підлягають відшкодуванню;

- інших витрат, безпосередньо пов'язаних з його придбанням та доведенням до стану, у якому він придатний для використання за призначенням.

Первісною вартістю безоплатно отриманих нематеріальних активів є їх справедлива вартість

на дату отримання.

Нематеріальний актив списується з балансу в разі його вибуття внаслідок безоплатної передачі або неможливості отримання підприємством надалі економічних вигод від його використання.

Амортизація нематеріальних активів

Нарахування амортизації нематеріальних активів (крім права постійного користування земельною ділянкою) здійснюється протягом строку їх корисного використання, який установлюється підприємством при визнанні цього об'єкта активом (при зарахуванні на баланс), але не може становити менше двох та більше 10 років.

Нематеріальні активи з невизначеним строком корисного використання амортизації не підлягають.

Визначаючи строки корисного використання об'єкта нематеріальних активів слід ураховувати:

- строки корисного використання подібних активів;
- моральний знос, що передбачається;
- правові обмеження щодо строків його використання;
- очікуваний спосіб використання нематеріального активу підприємством тощо.

ТЕМА №2.2

«ОБОРОТНІ АКТИВИ ПІДПРИЄМСТВА»

План:

1. Економічна сутність, склад та класифікація оборотних активів підприємства.
2. Нормування оборотних активів підприємства.
3. Показники ефективності використання оборотних активів підприємства.

ЗМІСТ

1. Економічна сутність, склад та класифікація оборотних активів підприємства

Оборотні активи — це гроші та їх еквіваленти, що не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації чи використання протягом операційного циклу чи протягом дванадцяти місяців з дати балансу.

Під **операційним циклом** розуміється проміжок часу між придбанням запасів для провадження діяльності та отриманням грошей та їх еквівалентів від реалізації виробленої з них продукції або товарів і послуг.

Тривалість операційного циклу пов'язана з параметрами операційної діяльності підприємства. Операційна діяльність розглядається як основна діяльність підприємства, пов'язана з виробництвом або реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), що є головною метою створення підприємства і забезпечує основну частку його доходу. Операційна діяльність також охоплює операції за іншими видами діяльності, які не є інвестиційною чи фінансовою діяльностями.

Оборотні активи поділяються на оборотні активи у сфері виробництва та оборотні активи у сфері обігу (рис. 1)



Рис. 1 – Склад оборотних активів підприємства

Оборотні активи у сфері виробництва — це їх частина, яка повністю споживається в кожному технологічному циклі виготовлення продукції і повністю переносить свою вартість на вартість цієї продукції.

Оборотні активи у сфері виробництва включають:

— **виробничі запаси** — це предмети праці, які ще не залучені у виробничий процес і знаходяться на складах підприємства у вигляді запасів (сировина, основні і допоміжні матеріали, комплектуючі вироби та інші матеріальні цінності);

— **незавершене виробництво** — це предмети праці, які ще не пройшли всіх стадій виробничого процесу, є недоукомплектованими, або не пройшли випробування і технічного приймання тощо;

— **витрати майбутніх періодів** — це витрати поточного або попередніх звітних періодів, що належать до наступних звітних періодів (освоєння нових виробництв; оплата страхового полісу; підготовчі до виробництва роботи в сезонних галузях промисловості; проавансовані орендні платежі; передплата газет, журналів, періодичних та довідкових видань).

Оборотні активи у сфері обігу — це їх частина, що функціонує в сфері обігу та включає в себе:

— готову продукцію на складах підприємства;

— готову продукцію, яка відвантажена і знаходиться в дорозі;

— готівку в касі;

— грошові кошти на розрахунковому та інших рахунках;

— грошові кошти у незавершених розрахунках;

— дебіторську заборгованість, що є сумою заборгованості на користь підприємства, яка представлена фінансовими зобов'язаннями дебіторів (юридичних і фізичних осіб) за розрахунками за товари, роботи, послуги, чи за виданими авансами тощо.

Призначення і функції оборотних активів у сфері виробництва й у сфері обігу різні. Оборотної активи у сфері виробництва витрачаються на виробництво продукції, споживаються в процесі виробництва та переносять на неї свою вартість. Оборотної активи у сфері обігу не споживаються в процесі виробництва, а лише авансуються (перебувають у постійному русі).

На рис. 2 відображена схема відтворення оборотних активів у процесі їх руху.

Загалом можна виокремити такі етапи кругообороту оборотних активів у процесі

операційного циклу підприємства:

- 1) **формування оборотних активів** у формі грошових коштів;
- 2) **етап авансування** (інвестування) грошових коштів для формування оборотних активів у формі виробничих запасів (відбувається вкладання грошових коштів підприємства у придбання предметів праці — сировини й матеріалів — та формування виробничих запасів);
- 3) **етап продуктивного використання** (споживання) оборотних активів у процесі виробництва (оборотні активи, сформовані на попередньому етапі у формі виробничих запасів, споживаються у процесі виробництва, зокрема, вони надходять у виробництво, перетворюючись у незавершене виробництво та в кінцевому підсумку — на готову продукцію);
- 4) **етап збуту оборотних активів і їх відтворення** (відбувається реалізація готової продукції підприємства споживачам за готівку, або безготівковий розрахунок, а також можуть надаватись відстрочки платежів, у результаті чого виникає дебіторська заборгованість, яка через певний проміжок часу погашається та перетворюється в грошові кошти).



Рис. 2 – Схема відтворення оборотних активів у процесі їх руху

2. Нормування оборотних активів підприємства

Нормування оборотних активів — це процес визначення потреби в оборотних активах, необхідних для забезпечення безперервного та нормального функціонування підприємства. Нормування оборотних активів передбачає встановлення нормативу оборотних активів.

Норматив оборотних активів — це грошовий вираз вартості мінімального розміру запасів товарно-матеріальних цінностей, необхідних підприємству для забезпечення безперервного процесу виробництва та реалізації продукції.

Мета нормування оборотних активів підприємства полягає у визначенні раціонального й оптимального розміру оборотних активів, що на певний термін спрямовуються у сферу виробництва та сферу обігу.

Важливість нормування оборотних активів у ринкових умовах істотно зростає, оскільки, в кінцевому підсумку, від обґрунтованості нормативів залежать фінансовий стан підприємства загалом і його платоспроможність, зокрема.

До нормованих оборотних активів належать всі оборотні активи у сфері виробництва, а з оборотних активів у сфері обігу лише готова продукція на складі підприємства. Інші складові елементи оборотних активів вважаються ненормованими.

Нормативи визначаються шляхом спеціальних розрахунків за кожним видом нормованих оборотних активів:

1) **норматив оборотних активів у виробничих запасах** (сировини, матеріалів, палива):

$$Нв.з. = Q_{д.і} \times T_{норм}, \quad (1)$$

де $Q_{д.і}$ — середньоденна потреба в i -тому виді матеріальних ресурсів (середньодобове споживання, витрати i -того матеріалу), грн;

$T_{норм}$ — норма запасу певного виду матеріальних ресурсів в днях:

$$T_{норм} = T_{пот} + T_{тр} + T_{пр} + T_{підг} + T_{страх}, \quad (2)$$

де $T_{пот}$ — поточний запас — це час, що необхідний для забезпечення безперебійного виробництва в період між двома черговими поставками матеріалів, а тому залежить від інтервалу поставок даного виду матеріалів, який встановлюється на основі договорів. Поточний запас досягає максимальної величини в момент постачання даного матеріалу, потім він поступово скорочується і до моменту наступного постачання стає рівним нулю. Тому на практиці, як правило, $T_{пот}$ приймається у розмірі 50% від протяжності середньозваженого інтервалу між поставками. Для матеріалів, які надходять з інтервалом до 5 днів, норма оборотних активів встановлюється в повному розмірі;

$T_{тр}$ — транспортний запас — це час, необхідний для транспортування матеріальних ресурсів до підприємства, що визначається за нормами чи фактичним часом перебування матеріалів у дорозі;

$T_{пр}$ — час на приймання, розвантаження, сортування, складування матеріалів, що визначається шляхом технічного нормування чи хронометражу і не перевищує 1–2 дні;

$T_{підг}$ — час, необхідний для підготовки матеріалів до виробничого споживання (технологічний запас), тобто час відведений на лабораторний аналіз якості матеріалів, їх сушку, різання тощо. Якщо немає потреби здійснювати спеціальні операції з попередньої технологічної підготовки й обробки матеріалів, то підготовчий (технологічний) запас приймається рівним нулю;

$T_{страх}$ — страховий запас, що створюється для безперервної роботи підприємства на випадок порушення термінів поставок і надходження неякісних чи недокомплектів матеріалів й приймається на рівні 50% від поточного запасу ($T_{пот}$).

Середньоденна потреба в i -тому виді матеріальних ресурсів ($Q_{д.і}$) розраховується за формулою:

$$Q_{д.і} = Q_p / D, \quad (3)$$

де Q_p — річна потреба в i -тому матеріалі, грн;

D — кількість робочих днів у році.

2) **норматив оборотних активів у незавершеному виробництві** (Нн.в.):

$$Нн.в. = (N \times C \times t_{ц} \times K_{нв}) / D, \quad (4)$$

де N — обсяги випуску продукції у натуральних одиницях;

C — виробнича собівартість одиниці продукції, грн;

$t_{ц}$ — тривалість виробничого циклу виготовлення продукції, днів;

D — чисельність робочих днів відповідного періоду;

$K_{нв}$ — коефіцієнт наростання витрат, що показує рівномірність нарощення витрат у процесі виробництва й рівень готовності виробів у незавершеному виробництві.

3) **норматив оборотних активів у витратах майбутніх періодів** (Нв.м.п.), що включає виробничі витрати, здійснені в певному плановому періоді та віднесені на собівартість продукції, яка буде випускатись в наступні періоди. Цей норматив визначається виходячи із залишків коштів на початок періоду та суми витрат, які виникнуть в плановому році, за вирахуванням суми для майбутнього погашення витрат за рахунок собівартості продукції:

$$Нв.м.п. = Вп.п. + Впл. - Впогаш.пл., \quad (5)$$

де $Вп.п.$ — залишок витрат майбутніх періодів на початок планового періоду, грн;

$Впл.$ — витрати, які будуть здійснені згідно кошторису в плановому періоді, грн;

$Впогаш.пл.$ — витрати, які будуть включені у собівартість продукції згідно кошторису витрат на виробництво у плановому періоді, грн.

4) **норматив оборотних активів у залишках готової продукції** (Нг.п.):

$$Нг.п. = N_d \times Z_{г.п.}, \quad (6)$$

де N_d — середньоденний випуск продукції за виробничою собівартістю, грн;

$Z_{г.п.}$ — норма запасу готової продукції на складі у днях, що включає такі елементи: час на

комплектування виробів для поставки; час на сортування та пакування продукції; час на зберігання продукції на складі; час на оформлення і здачу платіжних документів у банк тощо.

Сукупний норматив оборотних активів (H_c) підприємства у розрахунковому (плановому) періоді дорівнює сумі нормативів, розрахованих для окремих нормованих елементів оборотних активів:

$$H_c = H_{в.з.} + H_{н.в.} + H_{в.м.п.} + H_{г.п.} \quad (7)$$

Використання наявних можливостей щодо нормування оборотних активів підприємства доступне не завжди, але виступає важливою основою підвищення ефективності їх використання.

3. Показники ефективності використання оборотних активів підприємства

Ефективність використання оборотних активів на підприємстві характеризується швидкістю їх обороту (оборотністю). Чим менше оборотні активи затримуються на окремих стадіях, тим швидше завершується їх кругообіг. Таким чином, показники, що характеризують швидкість оборотів оборотних активів, і є показниками ефективності їх використання.

Зокрема, ефективність використання оборотних активів характеризується такими показниками:

1) **коефіцієнт оборотності оборотних активів** ($K_{об}$), що розраховується шляхом ділення вартості реалізованої продукції за діючими оптовими цінами за певний період на середній залишок оборотних активів за той самий період:

$$K_{об} = Q / A_{об}, \quad (8)$$

де Q — вартість реалізованої продукції, грн;

$A_{об}$ — середній залишок оборотних активів, грн.

Середній залишок оборотних активів ($A_{об}$) розраховують за формулою середньої хронологічної:

$$A_{об} = (0,5 \times A_{об}(1) + A_{об}(2) + \dots + A_{об}(n-1) + 0,5 \times A_{об}(n)) / n-1, \quad (9)$$

де $A_{об}(1)$, $A_{об}(2)$, ..., $A_{об}(n-1)$ — величина оборотних активів на початок кожного місяця (кварталу) розрахункового періоду, грн;

$A_{об}(n)$ — величина оборотних активів на початок першого місяця (кварталу) наступного періоду, грн;

n — загальна кількість місяців (кварталів).

Період, за який визначають обсяг реалізованої продукції та середні залишки оборотних активів, може становити місяць, квартал чи рік.

Коефіцієнт оборотності оборотних активів показує, скільки обертів вони здійснили за певний період часу і характеризує обсяги продукції, що припадають на 1 грн вартості оборотних активів;

2) **коефіцієнт завантаження оборотних активів**, що є показником, оберненим до коефіцієнта оборотності оборотних активів, який показує, скільки оборотних активів припадає на одну грошову одиницю (1 гривню) реалізованої продукції за певний період. Величина коефіцієнта завантаження оборотних активів ($K_{зав}$) обчислюється за формулою:

$$K_{зав} = A_{об} / Q; \quad (10)$$

3) **тривалість одного обороту (швидкість обороту) оборотних активів** ($T_{об}$), що показує кількість днів одного їх обороту і визначається за формулами:

$$T_{об} = D / K_{об} = (D \times A_{об}) / Q, \quad (11)$$

де D — кількість днів в розрахунковому періоді.

4) **рентабельність оборотних активів** ($R_{об}$), що розраховується як відношення прибутку від реалізації продукції у аналізованому періоді до середніх залишків оборотних активів:

$$R_{об} = (П / A_{об}) \times 100\%, \quad (12)$$

де $П$ — прибуток від реалізації продукції у відповідному періоді, грн.

Показники ефективності використання оборотних активів можна визначити не лише для загальної їх суми, а й окремо як для нормованої, так і для ненормованої їх частин.

ТЕМА №2.3

«ПЕРСОНАЛ ПІДПРИЄМСТВА, ПРОДУКТИВНІСТЬ ТА ОПЛАТА ПРАЦІ»

План:

1. Класифікація, характеристика та структура персоналу підприємства
2. Розрахунок чисельності працюючих на підприємстві та їх рух
3. Продуктивність праці персоналу підприємства
4. Суть та види заробітної плати
5. Форми і системи оплати праці

ЗМІСТ

1. Класифікація, характеристика та структура персоналу підприємства

Головним джерелом розвитку економіки і найбільш важливим елементом продуктивних сил є люди (трудовий потенціал), їх майстерність, мотивація та навички у господарській діяльності.

Трудовий потенціал — це сукупність характеристик громадян працездатного віку, які утворюються в результаті матеріальних і духовних особливостей (здоров'я, інтелект, творчі здібності, освіта, професіоналізм, моральність, активність) та спроможні провадити трудову діяльність.

Трудові ресурси — це частина населення працездатного віку, яка володіє фізичними й розумовими здібностями, необхідними для здійснення корисної діяльності у певній сфері діяльності.

Трудові ресурси можуть бути:

- реальними (ті люди, які вже працюють);
- потенційними (ті, що колись можуть бути залучені до конкретної праці).

На підприємстві для характеристики всієї сукупності працівників використовують такий термін як «персонал підприємства».

Персонал підприємства — це сукупність постійних працівників, що одержали необхідну професійну підготовку, забезпечують господарську діяльність та мають досвід практичної діяльності.

Персонал на підприємстві поділяється на дві категорії:

–**промислово-виробничий персонал** (ПВП) — зайнятий виробництвом і його безпосереднім обслуговуванням;

–**непромисловий персонал** (НП) — працівники структур житлово–комунального господарства, дитячих і лікарняно-санітарних закладів, які підпорядковуються підприємству проте не пов'язані безпосередньо з процесами виробництва.

Залежно від функцій, які виконує персонал підприємства, його поділяють на чотири категорії (рис. 1).

За характером виконуваних функцій робітники поділяються:

- основні робітники, які беруть безпосередню участь у створенні продукції;
- допоміжні робітники, які виконують функції обслуговування ос-новного виробництва.

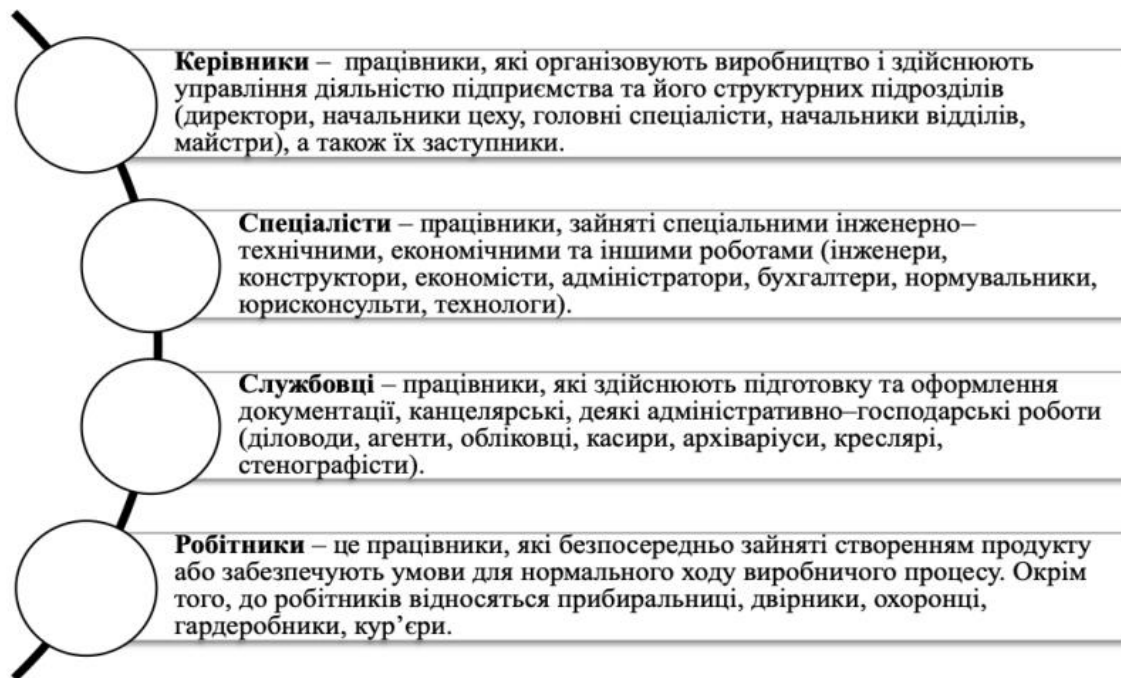


Рис. 1 – Класифікація персоналу підприємства відносно виконуваних функцій
Персонал підприємства поділяється за професіями, спеціальностями та кваліфікацією.

Професія — це вид трудової діяльності, для здійснення якої необхідні спеціальні теоретичні знання та практичні навички (наприклад: слюсар, токар).

Спеціальність — різновид трудової діяльності в межах професії, характеризує вужче коло виконуваних функцій і передбачає використання спеціалізованих засобів праці (наприклад: слюсар-складальник, слюсар-ремонтник; токар-розточувальник).

В кожній галузі є властиві лише їй професії та спеціальності. Разом з цим є наскрізні професії робітників та службовців, загальні для багатьох галузей.

Кваліфікація — це рівень знань та практичних навичок, необхідний для виконання роботи певної складності. Кваліфікація робітника визначає ступінь його підготовленості до виконання ним професійних функцій відповідної складності.

Рівень кваліфікації керівників, спеціалістів та службовців визначається їх рівнем освіти і досвідом роботи.

За рівнем кваліфікації робітників підприємств поділяють на чотири групи:

1. **Висококваліфіковані** — робітники, які виконують висококваліфіковані роботи, пройшли тривалу (понад 2–3 роки) спеціальну підготовку, володіють глибокими знаннями зі спеціальності, мають великий практичний досвід (наприклад: робітники з обслуговування, з налагодження та ремонту електронного та іншого особливо складного устаткування, виготовлення інструменту).

2. **Кваліфіковані** — робітники, які виконують кваліфіковані роботи, отримали необхідну підготовку (не менше ніж 1–2 роки) і мають значний досвід роботи (наприклад: слюсарі, токарі, столяри, електрики).

3. **Малокваліфіковані** — робітники, які виконують малокваліфіковані роботи, для підготовки яких достатньо кількох тижнів і які виконують нескладні роботи (копіювальники, контролери, ліфтери).

4. **Некваліфіковані** — робітники, які виконують прості некваліфіковані або допоміжні роботи, виконання яких не потребує спеціальної підготовки (завантаження та розвантаження матеріалів, продукції; прибирання).

2. Розрахунок чисельності працюючих на підприємстві та їх рух

Для забезпечення ефективного використання трудових ресурсів необхідно мати сформовану систему оцінки трудового потенціалу підприємства, яка включає:

- визначення основних статистичних показників чисельності працівників підприємства;
- розрахунки показників, які потребують порівняння з аналогічними в споріднених

підприємствах або мають аналізуватися в динаміці.

Чисельність персоналу підприємства поділяється на:

– **явочна чисельність**, яка включає всіх працівників, що з'явилися на роботу;

– **облікова чисельність**, яка включає всіх постійних, тимчасових і сезонних працівників, яких було прийнято на роботу терміном нодин і більше днів незалежно від того перебувають вони на роботі чи знаходяться у відпустках або у відрядженні;

– **середньооблікова чисельність** працівників за певний період визначається як сума середньомісячної чисельності поділеної на кількість місяців у розрахунковому періоді.

Різниця між обліковою та явочною чисельністю характеризує **резерв** (в основному робітників), що має використовуватися для заміни тих, хто не виходить на роботу з поважних причин.

Чисельність працюючих на підприємстві складається із чисельності кожної із його категорій (сума чисельності основних, допоміжних робітників, службовців, спеціалістів, керівників). Також можна розглядати як суму ПВП та НП.

Чисельність персоналу підприємств залежить від характеру, масштабу, складності, трудомісткості процесів, ступеня їхньої механізації, автоматизації, комп'ютеризації. Дані фактори визначають її нормативну (планову) величину. Більш об'єктивно персонал характеризується обліковою чисельністю (ті, що офіційно працюють на підприємстві в даний момент).

Розглянемо основні методи розрахунків чисельності працівників підприємства.

Для виявлення загальної чисельності ПВП на плановий період використовується метод коригування базової чисельності:

$$ЧПЛ = (Ч^{баз} \times \Delta Q^{ПЛ}) / 100 \pm \Delta Ч, \quad (1)$$

де ЧПЛ — чисельність промислово-виробничого персоналу, яка необхідна для забезпечення планового обсягу виробництва, осіб;

Ч^{баз} — базова (очікувана) чисельність, осіб;

ΔПЛ — плановий темп зростання обсягу виробництва продукції, %;

ΔЧ — сумарна зміна чисельності за факторним розрахунком можливого зростання продуктивності праці, осіб.

Планова чисельність основних робітників (Ч_{оПЛ}) визначається на основі загальної трудомісткості виготовлення продукції:

$$Ч_{оПЛ} = TR_{ВП} / (ФД \times K_{ВН}), \quad (2)$$

де TR_{ВП} — трудомісткість виробничої програми (час, необхідний на виконання виробничої програми), нормо-год.;

ФД — дійсний фонд робочого часу одного робітника, год.;

k_{ВН} — коефіцієнт використання норм часу.

Виробничі, комерційні та інші процеси на підприємстві часто пов'язані із необхідністю службової ротації кадрів.

Службова ротація кадрів — це переміщення в межах певної галузі, підприємства чи організації здібних, висококваліфікованих і досвідчених спеціалістів на більш відповідальні службові або управлінські посади.

Службова ротація кадрів може здійснюватися відповідними уповноваженими органами як всередині галузі, так і в територіальному масштабі. Наприклад, керівнику підприємства, який зарекомендував себе добрим організатором і висококваліфікованим фахівцем, забезпечив досягнення підприємством високих показників роботи, може бути запропонована більш відповідальна посада в органах управління місцевої територіальної громади, місцевих органах державної влади та ін.

3. Продуктивність праці персоналу підприємства

Показник продуктивності праці показує ефективність використання робочої сили на підприємстві. Він показує співвідношення обсягу вироблених благ та кількості затраченої праці на це. Для кожного підприємства даний показник є важливим, оскільки зростання продуктивності праці забезпечує збільшення обсягу виробленої продукції без збільшення трудових затрат.

Продуктивність праці — це показник, який характеризує її ефективність та визначає

кількість продукції, яку один працівник виробляє за одиницю часу.

Для оцінки рівня продуктивності праці на підприємстві використовують два методи вимірювання: прямий (за виробітком) та обернений (за трудомісткістю) (рис. 2).



Рис. 2 – Методи вимірювання продуктивності праці

Залежно від одиниць, якими вимірюється обсяг продукції і затрати праці можуть бути різні методи визначення виробітку.

Натуральні вимірники виробітку визначаються співвідношенням обсягу виробленої продукції (Q, у фізичних одиницях) до кількості затраченого часу на її виробництво (t, в нормо-годинах). Даний метод застосовують на підприємствах де виробляють однорідну продукцію. Якщо підприємство виготовляє подібну продукцію, яка відрізняється певними характеристиками, то використовують умовно-натуральний метод.

Вартісні вимірники продуктивності праці визначаються співвідношенням обсягу виробленої продукції (Q, у грошовому виразі) до затрат праці (виражені у середньосписковій чисельності або відпрацьовані ними людинодні). Даний метод є універсальним для підприємств, оскільки він дозволяє оцінювати рівень виробітку при виробництві різної продукції.

Трудові вимірники виробітку визначаються співвідношенням обсягу продукції (представлені у вигляді робочого часу, у нормо-годинах) до чисельності робітників. Даний метод застосовують для розрахунку незавершеного виробництва, у обмежених сферах, оскільки він вимагає наукової обґрунтованості використовуваних норм.

Оберненим показником до показника виробітку є **трудомісткість**, який характеризує кількість робочого часу, затраченого на виробництво одиниці продукції і визначається діленням затрат праці на обсяг виробництва продукції.

4. Суть та види заробітної плати

Заробітна плата — це грошовий вираз винагороди працівнику за виконану роботу.

Незалежно від виду підприємства, заробітна плата конкретного працівника залежить від конкретно його трудового внеску, кінцевого результату роботи підприємства, яке регулюється податками.

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про оплату праці», **заробітна плата — винагорода, обчислена, як правило, у грошовому вираженні, яку за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівнику за виконану ним роботу.**

Основні принципи організації оплати праці:

— **гарантованості** — передбачає регулярну та своєчасну виплату заробітної плати у визначені терміни та у визначеному розмірі;

— **диференціації** — співвідношення рівня заробітної плати та її якості і кількості, яка регулюється через систему тарифікації;

— **матеріальної зацікавленості** — забезпечує зацікавленість персоналу у результаті праці та стимулює до підвищення продуктивності праці;

— **плановості** — дозволяє вчасно та ефективно формувати фонд заробітної плати, строки виплати заробітної плати працівників та регулювати споживання та нагромадження;

—**простоти та доступності** — системи оплати праці повинні бути зрозумілими та доступними для кожного працівника підприємства;

—**раціональне співвідношення росту продуктивності праці та заробітної плати.**

Основні функції заробітної плати:

1. **Відтворююча** — забезпечення нормального відтворення робочої сили працівника відповідної кваліфікації.

2. **Стимулююча** — встановлення відповідного розміру заробітної плати, які стимулюють працівників до підвищення продуктивності праці.

3. **Регулююча** — реалізує принцип диференціації.

4. **Соціальна** — спрямована на забезпечення однакової оплати праці за однакову роботу.

Суб'єктами організації оплати праці є:

—органи державної влади та місцевого самоврядування;

—власники, об'єднання власників або їх представницькі органи;

—профспілки, об'єднання професійних спілок або їх представницькі органи;

—працівники.

Основними видами заробітної плати є **номінальна** (грошова сума, яку отримує працівник за свою роботу) та **реальна** (кількість товарів і послуг, яку працівник може собі придбати за зароблену суму грошей).

Реальна заробітна плата знаходиться у певному співвідношенні з номінальною:

$$I_{зпр} = I_{зн} / I_{ц}, \quad (3)$$

де $I_{зпр}$ — індекс реальної заробітної плати, визначений за певний період;

$I_{зн}$ — індекс номінальної заробітної плати за цей самий період;

$I_{ц}$ — індекс цін.

Згідно із ст. 2 Закону України «Про оплату праці» заробітна плата за своєю структурою складається з основної і додаткової частин, а також інших заохочувальних та компенсаційних виплат. **Основна заробітна плата визначається** тарифними ставками, посадовими окладами та відрядними розцінками, а також відповідно до чинного законодавства — доплатами. **Додаткова заробітна плата визначається** у формі винагород або заохочувальних виплат.

Основна заробітна плата — винагорода за виконану роботу відповідно до визначених норм праці (норми часу, норми виробітку, норми обслуговування, посадових обов'язків). Вона визначається тарифними ставками, відрядними розцінками, посадовими окладами для службовців.

Додаткова заробітна плата — винагорода за працю понад установлені норми, за трудові успіхи та винахідливість, а також за особливі умови праці. Вона включає доплати, надбавки, гарантійні та компенсаційні виплати, передбачені чинним законодавством; премії, пов'язані з виконанням виробничих завдань і функцій.

Інші заохочувальні та компенсаційні виплати — виплати у формі винагород за підсумками роботи за рік, премії за спеціальними системами і положеннями, компенсаційні та інші грошові й матеріальні витрати, які не передбачені актами чинного законодавства або які здійснюються понад встановлені зазначеними актами норми.

Мінімальна заробітна плата — це встановлений законодавством, розмір заробітної плати за просту, некваліфіковану роботу.

Згідно із ст. 5 Закону України «Про оплату праці» організація оплати праці здійснюється на підставі:

—законодавчих та інших нормативних актів;

—генеральної угоди на державному рівні;

—галузевих, регіональних угод;

—колективних договорів;

—трудових договорів.

Організація оплати праці визначає взаємозв'язок мір праці і мір її оплати. Міри праці визначають за допомогою кількісних та якісних показників, а міри оплати — за допомогою прожиткового рівня.

Основною вимогою до організації оплати праці на підприємстві є забезпечення необхідного

підвищення заробітної плати при зменшенні її витрат на одиницю продукції, а також гарантованості виплати заробітної плати за рахунок результатів фінансово-господарської діяльності підприємства.

Згідно зі ст. 6 Закону України «Про оплату праці» основою організації оплати праці є тарифна система, яка включає елементи зображені на рисунку 3.

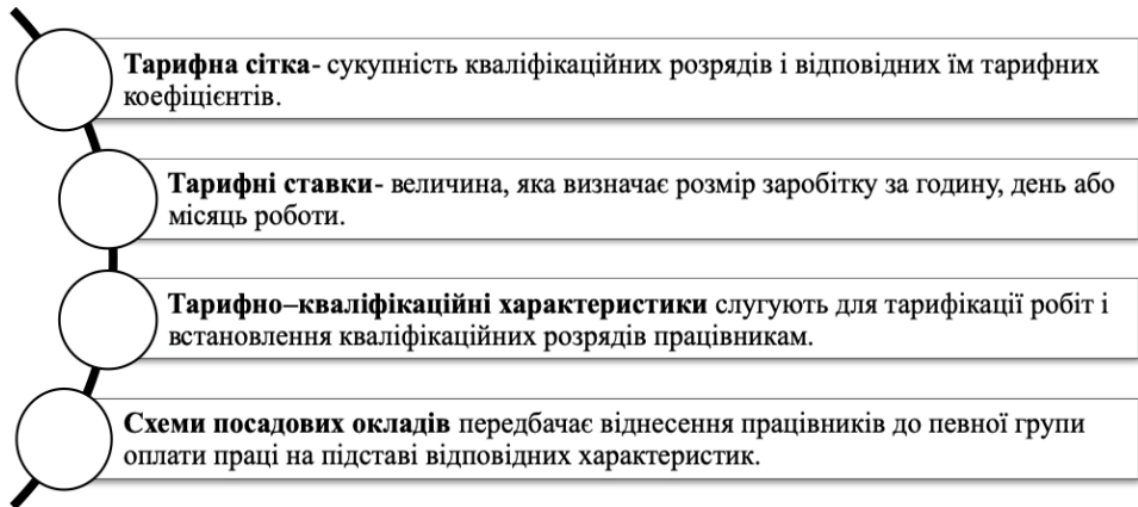


Рис. 3 – Елементи тарифної системи

Тарифний розряд відображає рівень кваліфікації робітника. **Тарифні коефіцієнти** показують, у скільки разів оплата праці кожного розряду кваліфікаційних робітників перевищує рівень оплати праці робітника першого розряду.

В Україні 1993 року затверджено Єдину тарифну сітку оплати праці робітників, службовців, спеціалістів, керівників за загальними (наскрізними) професіями та посадами, що забезпечує єдині умови оплати праці цих категорій працівників незалежно від галузей виробництва. Тарифна сітка містить 25 тарифних розрядів з діапазоном тарифних коефіцієнтів від 1 до 4,5.

Розмір тарифної ставки першого розряду визначається на рівні встановленого державою мінімального розміру заробітної плати, нижче якого не може проводитися оплата за фактично виконану працівником норму праці.

Тарифні ставки наступних розрядів (C_i) визначаються множенням тарифної ставки першого розряду (C_1) на тарифний коефіцієнт відпо-відного тарифного розряду (k_i):

$$C_i = C_1 \times k_i, \quad (4)$$

Тарифно-кваліфікаційні характеристики (довідники) слугують для тарифікації робіт і встановлення кваліфікаційних розрядів працівникам. Вони можуть бути об'єднані в єдиний **тарифно-кваліфікаційний довідник робіт і професій** (ЄТКД), який являє собою перелік нормативних документів, де всі види виконуваних на будь-якому виробництві робіт розподіляються на групи залежно від складності.

Кваліфікаційний довідник посад керівників, спеціалістів і службовців є нормативним документом, у якому наводяться загальногалузеві кваліфікаційні характеристики. За його допомогою можна визначити коло виконуваних обов'язків кожним керівником, спеціалістом і службовцем, правильно розподілити обов'язки між керівниками та спеціалістами, забезпечити єдність у визначенні посадових обов'язків і вимог.

Відповідність фактично виконуваних робіт і кваліфікації працівника вимогам кваліфікаційних характеристик довідника визначається атестаційною комісією, утвореною безпосередньо на підприємстві.

Посадові оклади службовцям встановлює власник (або уповноважений ним орган) відповідно до посади і кваліфікації працівника.

За сучасних економічних умов кожне підприємство може самостійно розробляти тарифну систему, дотримуючись державних гарантій і вимог генеральної, галузевої, регіональної тарифних угод відповідно до чинного законодавства.

5. Форми і системи оплати праці

Основними вимірниками результатів (затрат) праці є кількість виробленої продукції або витрачений робочий час. Такому поділу вимірників затрат праці відповідають дві форми заробітної плати, що базуються на тарифній системі (рис. 4)



Рис. 4 – Форми та системи оплати праці

Погодинна форма має такі системи:

1. **Пряма погодинна.** Заробітна плата робітника при прямій погодинній системі оплати праці визначається:

$$ЗП_{пр.пог.} = T_{ф} \times C_{год}, \quad (5)$$

де $T_{ф}$ — фактично відпрацьований погодинником час, год.;

$C_{год}$ — годинна тарифна ставка погодинника (за розрядом робітника), грн.

2. **Погодинно-преміальна.** Застосовується тоді, коли необхідно стимулювати досягнення певних кількісних і якісних показників.

Заробітна плата робітника при погодинно-преміальній системі оплати праці визначається:

$$ЗП_{пог.-пр.} = (ЗП_{пр.пог.} + ЗП_{пр.пог.}) \times (ПД/100), \quad (6)$$

де ПД — відсоток преміальних доплат погодинника за певні якісні показники роботи, який визначається за розробленою на підприємстві шкалою, %.

3. **Система посадових окладів** є різновидом погодинно-преміальної системи. За цією системою оплачується праця працівників, робота яких має стабільний характер.

Відрядна форма оплати праці передбачає оплату праці залежно від кількості виготовленої продукції або обсягу виконаних робіт чи наданих послуг за певний проміжок часу і має такі системи:

1. **Пряма відрядна** система передбачає оплату праці лише за кількість виготовленої продукції за прямими відрядними розцінками. Вона стимулює підвищення продуктивності праці, але не заохочує поліпшувати якість продукції.

Заробітна плата робітника при прямій відрядній системі оплати праці визначається за формулою:

$$ЗП_{пр.відр.} = \sum Q_i \times P_i, \quad (7)$$

де Q_i — фактичний випуск продукції i -го виду, штук;

P_i — відрядна розцінка за i -й вид продукції, грн/шт.

Розцінка на певний вид продукції визначається:

$$P_i = T_{Ршт} \times C_{год.} = C_{год.} / Н_{вир}, \quad (8)$$

де $T_{Ршт}$ — норма часу на виконання i -ої операції, год.;

$C_{год.}$ — годинна тарифна ставка робітника-відрядника за розрядом робіт, грн;

$Н_{вир}$ — норма виробітку робітника-відрядника за розрахунковий період, штук.

2. **Відрядно-преміальна** система оплати праці передбачає крім основного заробітку за прямими відрядними розцінками, виплату премій за досягнення певних кількісних та якісних показників.

Заробітна плата робітника при відрядно-преміальній системі оплати праці визначається за формулою:

$$ЗПв.-пр. = ЗПпр.відр. + ЗПпр.відр. (Пв + Пп.в. \times Пп) / 100, \quad (8)$$

де ЗПв.-пр. — заробітна плата робітника при прямій відрядній системі оплати праці, грн;

Пв — відсоток премії, який виплачується при виконанні показників преміювання;

Пп.в. — відсоток перевиконання показників преміювання;

Пп — відсоток премії, яка виплачується при перевиконанні показників преміювання.

3. **При відрядно-прогресивній** системі оплаті праці продукція, яка вироблена в межах встановленої норми (базис), оплачується за звичайними відрядними розцінками, понад встановлену норму — за підвищеними розцінками.

Величина загального заробітку визначається за формулою:

$$ЗПвідр.-пр. = Qв.б. \times Рзв + (Qф - Qв.б.) \times Рпідв., \quad (9)$$

де Qв.б. — обсяг випуску продукції, що відповідає вихідній базі для нарахування доплат, шт.;

Qф — фактичний обсяг випуску продукції, шт.;

Рзв, Рпідв. — звичайна і підвищена розцінки за виготовлення одиниці продукції, грн.

4. **Непряма відрядна** система оплати праці використовується для оплати праці допоміжних робітників (наладчиків, ремонтників) та підсобників, заробітна плата яких залежить від результатів праці робітників, яких вони обслуговують.

Заробітна плата при непрямій відрядній системі оплати праці визначається за формулою:

а) **для допоміжних робітників** (наладчиків, ремонтників):

$$ЗПдоп.р.н.в. = Тф \times Сгод. \times к.в.н., \quad (10)$$

де Тф — фактично відпрацьований відрядником час, год.;

Сгод. — годинна тарифна ставка за розрядом відрядника, грн;

к.в.н. — коефіцієнт виконання норм основними робітниками, яких обслуговує допоміжний робітник.

б) **для підсобників:**

$$ЗПпідс.н.в. = \sum Qф.і. \times Рн.в.і, \quad (11)$$

де Рн.в.і. — непряма відрядна розцінка підсобника за продукцією і-го робітника грн/шт.;

Qф.і. — фактичний обсяг випуску продукції і-м робітником, шт./змін.

Непряма відрядна розцінка підсобника за продукцією і-го робітника визначається за формулою:

$$Рн.в.і. = Сзм / (n \times Qпл), \quad (12)$$

де Сзм — змінна тарифна ставка підсобника, грн;

n — кількість основних робітників, яких обслуговує підсобник, осіб;

Qпл — плановий обсяг випуску продукції і-м робітником, шт./змін.

5. **Колективна** система оплати праці (бригадна).

При використанні цієї системи спочатку розраховується заробіток усієї бригади (ЗПбр.), як при прямій відрядній системі, а потім цей заробіток розподіляється між членами бригади.

Метод коефіцієнту виконання норм. Використовується за умови, що члени бригади працюють у різних умовах. Послідовність розподілу бригадного заробітку така:

— визначають заробітну плату бригади у випадку виконання норм виробітку на 100 % (ЗПбр100) за формулою:

$$ЗПбр100 = \sum Тф \times Сгод \quad (13)$$

— знаходять коефіцієнт виконання норм бригадою:

$$к.в.н. = ЗПбр. \times ЗПбр100 \quad (14)$$

— заробітна плата і-го робітника бригади при розподілі методом коефіцієнта виконання норм розраховується за формулою:

$$ЗПбр.і. = Тф \times Сгод \times к.в.н. \quad (15)$$

6. **Акордна** система оплати праці — передбачає встановлення розцінки не за одиницю

виконаної роботи, а відразу за весь обсяг робіт із встановленням терміну його виконання (аварійно-ремонтні роботи).

ТЕМА №2.4 «ВИТРАТИ ПІДПРИЄМСТВА»

План:

1. Сутність витрат підприємства
2. Класифікація витрат
3. Методи калькулювання продукції та склад статей калькуляції
4. Характеристика кошторису витрат
5. Фактори зниження собівартості продукції

ЗМІСТ

1. Сутність витрат підприємства

Будь-яке підприємство, незалежно від форми власності, характеру фінансування, несе витрати внаслідок своєї діяльності. Витрати є однією із головних категорій визначення ефективності діяльності підприємства, оскільки саме вони впливають на кінцевий результат його діяльності, тобто прибуток.

Необхідність вивчення витрат обумовлена також тим, що вони є базою для формування цінової політики підприємства, характеризують рівень технології та організації виробництва, конкурентоспроможність та результативність господарювання.

Отже, витрати, як економічна категорія, є вираженням в грошовій формі вартості ресурсів підприємств, підприємців та інших суб'єктів господарювання на виробництво та реалізацію продукції.

Якщо витрати не залучені у виробництво та не списані на продукцію, вони матеріалізуються у запасах сировини, матеріалів, готової продукції. З цієї точки зору витрати є активами підприємства. Здійснення витрат передбачає вибуття активів підприємства (списання матеріалів на виробництво продукції, нарахування амортизації, сплата штрафів, пені тощо) або збільшення зобов'язань (нарахування заробітної плати, оренди, платежів за комунальні послуги), внаслідок чого відбувається зменшення власного капіталу.

Джерелами формування витрат на підприємстві є виробничі ресурси (природні, трудові, капітал, підприємницька діяльність), **які використовуються у виробничому процесі.** Особливості функціонування перелічених ресурсів впливають на формування відповідних виробничих витрат. Так, функціонування природних ресурсів формує такі витрати, як рента або плата за землю і орендна плата, функціонування трудових ресурсів пов'язано із заробітною платою, капітал породжує такі витрати, як амортизація, процент на капітал і процент на позику та ін.

Розрізняють витрати, пов'язані з операційною, інвестиційною та фінансовою діяльністю підприємства.

Операційна діяльність — основна діяльність підприємства, тобто діяльність, пов'язана з виробництвом та реалізацією продукції, товарів, послуг, що є визначальною метою створення підприємства та забезпечує основну частину доходу.

Відповідно операційні витрати — це витрати, пов'язані з виробництвом та реалізацією продукції. Операційні витрати ще називають поточними витратами підприємства. Частина з них є циклічними і повторюваними (наприклад, витрати на сировину, матеріали), інша частина має місце постійно і незалежно від виробництва (витрати на утримання приміщень, управлінського персоналу).

Інвестиційна діяльність — діяльність, пов'язана з придбанням та реалізацією необоротних активів і фінансових інвестицій.

Відповідно **інвестиційні витрати** — це витрати на придбання довгострокових активів, які функціонують протягом довготривалого періоду, з поступовою амортизацією вартості (капітальне будівництво, розширення та розвиток виробництва, придбання цінних паперів тощо).

Фінансова діяльність — діяльність, яка приводить до зміни розміру і складу капіталу підприємства (співвідношення між власним або позичковим капіталом).

Фінансовими витратами прийнято називати витрати, пов'язані із залученням позичкового капіталу (сума відсотків за кредит і ін.).

Найбільшу частку в усіх витратах підприємства мають операційні витрати (рис. 1).

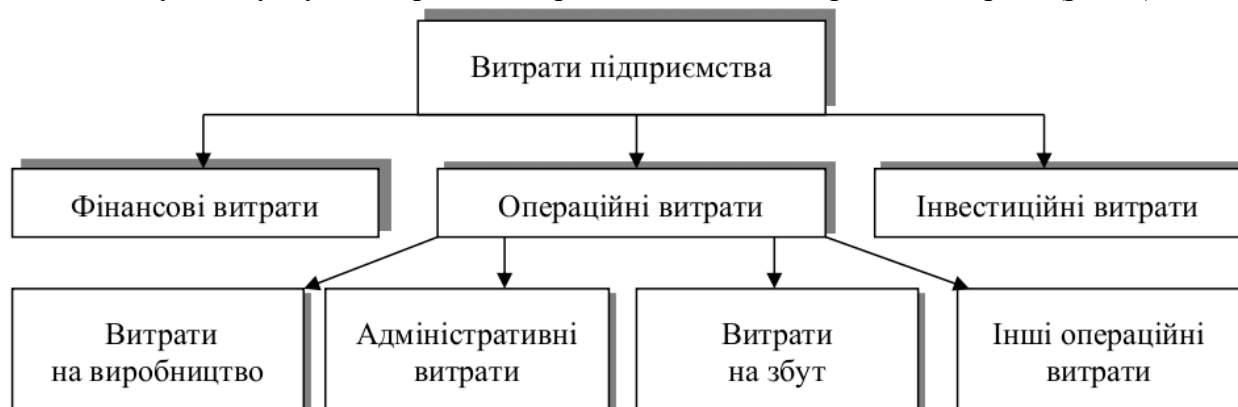


Рис. 1 – Структура витрат підприємства

Витрати на виробництво (виробнича собівартість продукції, робіт, послуг) включають:

- **прямі матеріальні витрати** — вартість сировини та основних матеріалів, які утворюють основу продукції, що виробляється, купівельних напівфабрикатів та комплектуючих виробів, допоміжних та інших матеріалів, які можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного об'єкта витрат;

- **прямі витрати на оплату праці** — заробітна плата та інші виплати робітникам, зайнятим у виробництві продукції, виконанні робіт або наданні послуг, які можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного об'єкта витрат;

- **інші прямі витрати** — включаються всі інші виробничі витрати, які можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного об'єкта витрат, зокрема відрахування на соціальні заходи, плата за оренду земельних і майнових паїв, амортизація, втрати від браку, які складаються з вартості остаточно забракованої з технологічних причин продукції (виробів, вузлів, напівфабрикатів), зменшеної на її справедливую вартість, та витрат на виправлення такого технічно неминучого браку;

- **загальновиробничі витрати** — витрати на управління виробництвом (оплата праці, відрахування на соціальні заходи та медичне страхування апарату управління цехами, дільницями; витрати на оплату службових відряджень персоналу цехів, дільниць і т.д.); витрати на утримання, експлуатацію та ремонт основних засобів, інших необоротних активів загальновиробничого призначення; витрати на вдосконалення технології й організації виробництва; витрати на опалення, освітлення, водопостачання, водовідведення та інше; утримання виробничих приміщень; витрати на обслуговування виробничого процесу (оплата праці загальнови робничого персоналу; витрати на здійснення технологічного контролю за виробничими процесами); інші витрати (втрати від браку, оплата простоїв).

До **адміністративних витрат** належать такі загальногосподарські витрати, спрямовані на обслуговування та управління підприємством:

- **загальні корпоративні витрати** (організаційні витрати, витрати на проведення річних зборів, представницькі витрати тощо);

- **витрати на службові відрядження й утримання апарату управління підприємством та іншого загальногосподарського персоналу;**

- **витрати на утримання основних засобів, інших матеріальних необоротних активів загальногосподарського використання** (операційна оренда, страхування майна, амортизація, ремонт, опалення, освітлення, водопостачання, водовідведення, охорона);

- **винагороди за професійні послуги** (юридичні, аудиторські, з оцінки майна і т.д.);

- **витрати на зв'язок** (поштові, телеграфні, телефонні, телефакс тощо);

- амортизація нематеріальних активів загальногосподарського використання;
- витрати на врегулювання спорів у судових органах;
- інші витрати загальногосподарського призначення.

Витрати на збут включають такі витрати, пов'язані з реалізацією (збутом) продукції (товарів, робіт, послуг):

- витрати пакувальних матеріалів для затарювання готової продукції і складах готової продукції;
- оплата праці та комісійні винагороди продавцям, торговим агентам та працівникам підрозділів, що забезпечують збут;
- витрати на рекламу та дослідження ринку (маркетинг);
- витрати на передпродажну підготовку товарів;
- витрати на відрядження працівників, зайнятих збутом;
- інші витрати, пов'язані зі збутом продукції, товарів, робіт, послуг.

До **інших операційних витрат** включаються:

- витрати на дослідження та розробки;
- сума безнадійної дебіторської заборгованості та відрахування до резерву сумнівних боргів;
- втрати від операційної курсової різниці (тобто від зміни курсу валюти за операціями, активами і зобов'язаннями, що пов'язані з операційною діяльністю підприємства);
- втрати від знецінення запасів;
- нестачі й втрати від псування цінностей;
- визнані штрафи, пеня, неустойка;
- інші витрати операційної діяльності.

Процес формування витрат та доходів від здійснення операційної, інвестиційної та фінансової діяльності подано в таблиці 1.

Таблиця 1 – Процес формування витрат та доходів за звітом про фінансові результати (звітом про сукупний дохід)

Стаття	Код рядка	Дані за звітний період
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(-)
Валовий:		
прибуток	2090	=(+)

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
збиток	2095	=(-)
Інші операційні доходи	2120	(+)
Адміністративні витрати	2130	(-)
Витрати на збут	2150	(-)
Інші операційні витрати	2180	(-)
Фінансові результати від операційної діяльності:		
прибуток	2190	=(+)
збиток	2195	=(-)
Дохід від участі в капіталі	2200	(+)
Інші фінансові доходи	2220	(+)
Інші доходи	2240	(+)
Фінансові витрати	2250	(-)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)
Інші витрати	2270	(-)
Фінансовий результати до оподаткування:		
прибуток	2290	=(+)
збиток	2295	=(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2230	(-)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	(+/-)
Чистий фінансовий результат:		
прибуток	2350	=(+)
збиток	2355	= (-)

На розмір витрат впливають різноманітні чинники, зокрема: величина підприємства; виробнича програма підприємства, ступінь впливу якої на рівень витрат визначається кількістю ресурсів, необхідних для її виконання; якість чинників виробництва, тобто їх придатність до використання у виробничому процесі; структура основного виробництва, склад інфраструктури; умови фінансування; податкова політика держави; тарифна система, форми оплати праці тощо.

2. Класифікація витрат підприємства

Класифікація витрат на виробництво та реалізацію продукції виявляє об'єктивно існуючі групи витрат, процеси формування витрат і взаємовідносини між їх окремими частинами. Виділення окремих груп витрат дозволяє їх розглядати з різних позицій, враховувати вплив тих чи інших чинників при ухваленні господарських рішень.

Класифікація витрат для цілей управління повинна відповідати певній вимозі: базуватись на ознаках, що дозволяють диференціювати витрати для управління ними у різних аспектах.

1. За ступенем однорідності усі витрати поділяються на:

- **одноеlementні** (прості) — витрати, які мають єдиний економічний зміст (сировина і матеріали, заробітна плата тощо);

- **комплексні** — різноманітні за своїм складом і охоплюють декілька елементів витрат, їх ще називають непрямими (загальновиробничі та адміністративні витрати, втрати від браку).

2. Виходячи з міри усереднення витрат:

- **повні витрати** — витрати в розрахунку на весь обсяг продукції;

- **питомі витрати** — витрати на одиницю продукції, які визначаються шляхом поділу величини повних витрат на кількість одиниць продукції; це сума змінних та постійних витрат на одиницю продукції.

3. За способом віднесення на окремі види продукції витрати поділяються на:

- **прямі** (безпосередньо пов'язані з виготовленням даного виду продукції і можуть бути прямо розподілені на її одиницю);

- **непрямі** (пов'язані з виготовленням різних виробів і не можуть прямо відноситись на той чи інший вид продукції; до них належить заробітна плата управлінського й обслуговуючого персоналу, утримання й експлуатація основних засобів тощо).

4. За зв'язком з обсягом виробництва витрати поділяються на:

- **постійні** — витрати, які залишаються незмінними при зміні обсягів виробництва (орендна плата, заробітна плата управлінського персоналу);

- **змінні** — витрати, які змінюються при зміні обсягу виробництва продукції; вони поділяються на:

- **пропорційні** — змінюються прямо пропорційно до зміни обсягу виробництва (сировина, матеріали, комплектуючі, відрядна заробітна плата основних робітників тощо);

- **непропорційні** — поділяються на **прогресуючі** (витрати, величина яких зростає швидше, ніж обсяг виробництва; при цьому витрати на одиницю продукції зростають) і **регресуючі** (витрати, величина яких зростає повільніше, ніж зростає обсяг виробництва; при цьому витрати на одиницю продукції зменшуються).

5. За економічними елементами:

- матеріальні витрати;

- витрати на оплату праці;

- відрахування на соціальні заходи;

- амортизація;

- інші витрати.

6. З точки зору надходження ресурсів:

- **зовнішні** (явні) витрати — витрати на залучення ресурсів, що належать фірмі; відображаються у бухгалтерській звітності (платежі постачальникам сировини, палива, матеріалів, транспортних послуг, орендна плата, заробітна плата, амортизаційні відрахування);

- **внутрішні** (неявні) витрати — витрати на власні ресурси підприємця, які використовуються фірмою; не існують у грошовій формі; дорівнюють доходу, який можна отримати від передачі власних ресурсів іншій фірмі; не відображаються в бухгалтерському обліку.

7. За сферою виникнення, визначають такі витрати:

- **виробничі** — витрати, що включаються до виробничої собівартості продукції;

- **невиробничі** — витрати, що не включаються до виробничої собівартості продукції.

8. Залежно від прийняття управлінських рішень витрати поділяються на:

- **релевантні** — витрати, які залежать від альтернативних варіантів управлінських рішень і враховуються в обчисленнях їх порівняльної ефективності;

- **нерелевантні** — не залежать від альтернативних варіантів управлінських рішень і не враховуються у порівняльних обчисленнях.

9. За раціональністю:

- **продуктивні витрати** — витрати на виробництво продукції встановленої якості при раціональній технології та організації виробництва;

- **непродуктивні витрати** — витрати, що виникають внаслідок недоліків у технології та організації виробництва (втрати від простоїв, брак).

3. Методи калькулювання продукції та склад статей калькуляції

Калькуляція (від лат. calculation — обчислення) — це розрахунок собівартості одиниці продукції, виконаних робіт і послуг. Калькулювання має суттєве значення в діяльності підприємства й застосовується там, де безпосередньо відбуваються процеси виробництва. Виготовлення будь-якого виду продукції, надання будь-якого виду послуг або виконання робіт не можна розпочинати доти, доки попередньо не буде визначено, на які витрати слід очікувати.

Калькуляції складають щомісячно, за квартал і рік за цільовим призначенням.

Для кожного об'єкта калькулювання вибирається **калькуляційна одиниця** — це натуральний вираз одиниці продукції, що підлягає калькулюванню (у штуках, метрах, тоннах, тощо). Наприклад, об'єктом калькулювання є стіл, то калькуляційною одиницею — один стіл; якщо ж

об'єкт калькулювання — вугілля, електроенергія, калькуляційна одиниця відповідно — одна тонна, одна кіловат-година.

Продукція допоміжних виробництв калькулюється, як і продукція основного виробництва, за винятком тих випадків, коли вона виробляється в невеликих кількостях і повністю споживається на самому підприємстві.

Групування витрат за статтями калькулювання дозволяє отримати інформацію про виробничу собівартість кожного об'єкта обліку витрат (кожної калькуляційної одиниці).

Статті витрат — це групи витрат, які відрізняються між собою за функціональним призначенням у виробничому процесі та місцем виникнення. Перелік статей калькуляцій і склад витрат, що входять у такі калькуляційні статті, кожне підприємство встановлює самостійно та закріплює їх у наказі про облікову політику підприємства. При цьому беруться до уваги: технологічні особливості виробництва, організація процесу виробництва, перелік витрат необхідних для виробництва, та їх питома вага в загальній сумі собівартості продукції тощо.

Склад окремих статей калькуляцій.

1. **Сировина і матеріали.** Витрати на сировину, основні і допоміжні матеріали, покупні вироби і напівфабрикати, а також транспортно-заготівельні витрати.

2. **Паливо і енергія.** Витрати на паливо, електроенергію, пару та ін., які безпосередньо використовуються в технологічному процесі, за нормами витрат, тарифами і цінами.

3. **Заробітна плата виробничих робітників.** Витрати на оплату праці робітників, безпосередньо зайнятих виготовленням продукції (основна заробітна плата); обчислюється відповідно до трудомісткості технологічних операцій, тарифних ставок або відрядних розцінок; витрати на оплату відпусток, часу виконання державних обов'язків, доплати за виконання додаткових функцій та ін. (додаткова заробітна плата обчислюється у відсотках до основної).

4. **Відрахування на соціальні заходи виробничих робітників.** Відрахування на обов'язкове соціальне страхування, пенсійне страхування; встановлюються у відсотках від основної і додаткової заробітної плати.

5. **Загальновиробничі витрати.** Виробничі накладні витрати на організацію виробництва й управління цехами, дільницями, відділеннями та іншими підрозділами основного і допоміжного виробництва, а також витрати на утримання та експлуатацію машин і устаткування; обчислюються шляхом складання кошторису цих витрат на певний період і розподілу їх на одиницю продукції пропорційно основній заробітній платі робітників.

6. **Адміністративні витрати.** Загальногосподарські витрати, пов'язані з управлінням та обслуговуванням підприємства; до них належать витрати на утримання адміністративно-управлінського персоналу, витрати на їх службові відрядження, витрати на утримання основних засобів, інших матеріальних необоротних актів загальногосподарського призначення, юридичні, аудиторські, транспортні послуги та ін. Ці витрати обчислюються згідно із встановленими нормами, тарифами і цінами.

7. **Підготовка та освоєння виробництва.** Витрати на освоєння нових підприємств, цехів; підготовку та освоєння нової продукції; підготовчі роботи в добувній промисловості; списуються на продукцію рівними частками за встановлений період їхнього відшкодування.

8. **Інші виробничі витрати.** Сплата процентів за короткострокові позики банків, оплата робіт із сертифікації та інші витрати, які включаються у собівартість продукції, але не віднесені до перелічених раніше статей.

9. **Витрати на збут.** Витрати на пакувальні матеріали, транспортування продукції, товарів за умовами договору, витрати на маркетинг та рекламу, витрати на оплату праці і комісійні продавцям, торговим агентам, працівникам відділу збуту, амортизація, ремонт та утримання основних засобів, інших матеріальних необоротних активів, що використовуються для забезпечення збуту продукції, товарів, робіт і послуг.

Розрахунок собівартості продукції має важливе значення для пошуку резервів зменшення витрат підприємства. Тому в практиці господарювання кожне підприємство залежно від галузевої належності, типу виробництва, специфіки технологічного процесу, номенклатурного ряду продукції та інших чинників використовує один із таких методів калькуляції:

- **простий** — виробництво невеликого обсягу однорідного за асортиментом продукту,

технологічний процес — одноетапний та нетривалий;

- **позамовний** — доцільний для виробництва, для яких є характерним виконання замовлень; Витрати групуються за замовленнями на виготовлення окремого виробу, партії виробів чи на виконання певного обсягу робіт, тобто об'єктом обліку витрат при цьому методі є окреме замовлення; калькулювання собівартості отриманого продукту здійснюється лише після повного виконання і закриття замовлення, незалежно від тривалості його виконання;

- **попередільний** — застосовується при масовому виробництві. **Переділ** — це частина технологічного процесу (сукупність технологічних операцій), що завершується отриманням готового напівфабрикату, який може відправлятися у наступний переділ, або реалізовуватись на сторону. Головною особливістю методу є інтеграція вартості матеріалів та сировини у вартість напівфабрикатів, а згодом — у вартість готової продукції; при цьому облік ведеться за цехами (переділами), бажане врахування при цьому витрат на роботу обладнання;

- **попроцесний** — прямі витрати виробництва відображаються в обліку не за видами продукції, а за процесами (стадіями). Сутність попроцесного методу обліку витрат і обчислення собівартості полягає в тому, що всі прямі витрати обліковують у розрізі встановлених статей за окремими технологічними процесами, за місцем їх виникнення та об'єктами калькулювання. Попроцесне калькулювання застосовують на підприємствах, які спеціалізуються на виробництві великих обсягів ідентичних товарів за незмінної технології зі схожими матеріальними характеристиками та виробничими витратами;

- **нормативний** — спочатку складається нормативна калькуляція на основі норм витрат, фактична собівартість порівнюється з нормативною. Поточний облік витрат на виробництво здійснюється окремо — за нормами та відхиленнями від норм. Норми можуть змінюватися залежно від освоєння виробництва і поліпшення використання матеріальних і трудових ресурсів. Як правило, цей метод використовується на підприємствах переробної промисловості з великосерійним і масовим виробництвом, де виробляється складна і різноманітна продукція.

4. Характеристика кошторису витрат

З метою врахування усіх видів економічно однорідних витрат на виробництво складається кошторис цих витрат. Кошторис витрат на виробництво включає всі витрати підприємства, пов'язані з його основною діяльністю за певний період, незалежно від того, чи відносяться вони на собівартість у цьому період.

Кошторис витрат — це групування витрат на виробництво продукції за однорідними економічними елементами.

Кошторис складається з таких елементів:

- **матеріальних витрат на сировину, матеріали, комплектуючі, напівфабрикати, виробничі послуги, допоміжні матеріали**, які використовуються у технологічному процесі або необхідні для його обслуговування, а також для управлінських та господарських потреб, паливо та енергія зі сторони;

- **витрат на оплату праці основного виробничого персоналу підприємства**, включаючи премії за виробничі результати, стимулюючі та компенсаційні виплати та ін. (оплата фактично виконаної роботи відповідно до тарифних ставок та посадових окладів; вартість продукції, яка видається працівникам у формі натуральної оплати; преміальні виплати і надбавки за виробничі результати; оплата щорічних чергових відпусток, а також відпусток на навчання; виплата працівникам, вивільненим з підприємства у зв'язку зі скороченням штату або реорганізацією);

- **відрахувань на соціальні заходи** (видатки на соціальне страхування, внески до пенсійних фондів, відрахування на добровільне медичне страхування, індивідуальне страхування персоналу підприємства);

- **амортизації основних виробничих засобів і нематеріальних активів** (витрати, які рівні сумі амортизаційних відрахувань від первісної або залишкової вартості основних виробничих засобів у певному році, амортизаційні відрахування, здійснені за прискореними методами амортизації, їх індексацію);

- **інших витрат, які не ввійшли до складу попередніх елементів** (оплата послуг зв'язку, обчислювальних центрів, охорони, витрати на відрядження, страхування майна, винагорода за

винаходи й раціоналізаторські пропозиції, оплата робіт із сертифікації продукції).

Кошториси складаються в цілому на рік зі щоквартальною або щомісячною розбивкою. Вони необхідні не лише для того, щоб знати величину собівартості, але й планувати її зниження за елементами витрат. Кошториси також використовуються для обчислення собівартості товарної, валової і реалізованої продукції, розрахунку величини прибутку, розробки балансу доходів і витрат підприємства.

Кошторис витрат на виробництво розробляється на основі кошторисів витрат окремих цехів. На їх підставі складається кошторис витрат на виробництво по підприємству в цілому. Зведений кошторис враховує усі операційні витрати планового періоду.

Складання кошторису та його коригування подано в таблиці 2.

Таблиця 2 – Кошторис витрат на виробництво

<i>Дія</i>	<i>Кошторис витрат на виробництво</i>
+	1. Матеріальні витрати
+	2. Витрати на оплату праці
+	3. Відрахування на соціальні потреби
+	4. Амортизація
+	5. Інші витрати
=	6. Витрати на виробництво разом
<i>Коригування кошторису</i>	
–	7. Витрати, що не включаються до собівартості
+ (зменшення) – (приріст)	8. Зміна залишків витрат майбутніх періодів
– (зменшення) + (приріст)	9. Зміна залишку резервів майбутніх платежів
+ (зменшення) – (приріст)	10. Зміна залишків незавершеного виробництва
=	11. Виробнича собівартість продукції
+	12. Позавиробничі (комерційні витрати)
=	13. <i>Собівартість реалізованої продукції</i>

Кошторис, на відміну від собівартості, охоплює більш широкий спектр витрат. У ньому відображаються не тільки витрати на виробництво товарної продукції, а й витрати майбутніх періодів, вартість надання послуг, які не включаються в товарну продукцію, приріст залишків незавершеного виробництва.

Кошторис виробництва дає можливість визначити, як співвідносяться окремі елементи витрат, з'ясувати ресурсну структуру загальних видатків, установити потреби підприємства в кожному виді ресурсів. Інформація, що міститься у кошторисі, використовується при розробці фінансового плану підприємства, складанні балансу доходів та витрат, розрахунку показників ефективності діяльності підприємства.

5. Фактори зниження собівартості продукції

Собівартість продукції підприємства є найважливішим узагальнюючим показником економічної ефективності її виробництва. У ній відбиваються всі сторони господарської діяльності, а саме ступінь технологічного оснащення виробництва і освоєння технологічних процесів; рівень організації виробництва і праці, ступінь використання виробничих потужностей; економічності використання матеріальних і трудових ресурсів, а також інші умови і чинники, що характеризують виробничо-господарську діяльність. Від її рівня залежать фінансові результати діяльності підприємств, темпи розширеного виробництва і, звичайно ж, їх фінансовий стан. Зниження собівартості продукції сприяє збільшенню прибутку та підвищенню конкурентоспроможності.

Розрізняють такі *фактори зниження собівартості продукції*, як:

1) *підвищення технологічного рівня виробництва*, зокрема упровадження нової

прогресивної технології, підвищення рівня механізації та автоматизації виробничих процесів; розширення масштабів використання й удосконалення техніки і технології, що застосовується; краще використання сировини та матеріалів;

2) **поліпшення організації виробництва і праці**, тобто удосконалення управління виробництвом і скорочення витрат на нього; впровадження наукової організації праці; поліпшення використання основних виробничих засобів; поліпшення матеріально-технічного забезпечення; скорочення транспортно-складських витрат тощо;

3) **зміна обсягу виробництва**, що зумовлює відносне скорочення умовно-постійних витрат у результаті зростання обсягу виробництва;

4) **зміна структури, асортименту та поліпшення якості продукції**.

ТЕМА №2.5

«ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»

План:

1. Формування прибутку підприємства
2. Розподіл прибутку підприємства
3. Характеристика та оцінка ефективності діяльності підприємства

ЗМІСТ

1. Формування прибутку підприємства

Основною метою діяльності комерційних підприємств у ринкових умовах господарювання є максимізація їх прибутку. У найзагальнішому розумінні прибуток є кінцевим фінансовим результатом діяльності підприємства, що розраховується як різниця між його доходами та витратами.

Тобто, **прибуток** — це частина чистого доходу (чистої виручки), що залишається на підприємстві після відшкодування всіх витрат, пов'язаних з виробництвом, реалізацією продукції та іншими видами діяльності:

$$П = Д - В, \quad (1)$$

де П — прибуток;

Д — дохід (виручка);

В — витрати.

Чистий дохід, або чиста виручка від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) є різницею між доходом від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та податками з продажу (податком на додану вартість, акцизним збором для підакцизних товарів), наданими знижками, поверненими проданими товарами та іншими вирахуваннями з доходу (рис. 1).

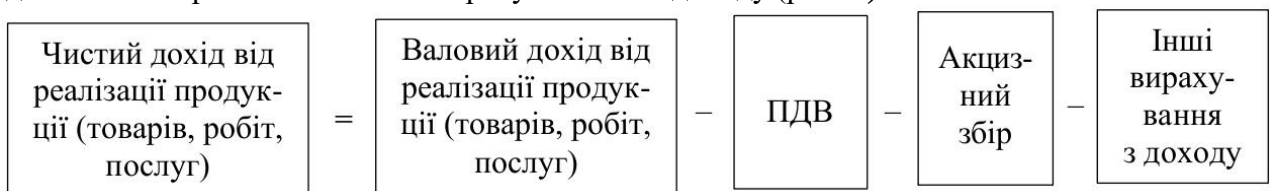


Рис. 1 – Схема формування чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) підприємства

Що стосується **доходу (виручки) від реалізації продукції**, то згідно з чинним законодавством він 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.).

Податок на додану вартість (ПДВ) — це непрямий податок, який є часткою новоствореної (доданої) вартості, входить до ціни реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) і сплачується покупцем (споживачем), але його облік та перерахування до державного бюджету на кожному етапі виробництва продукції здійснює продавець, зареєстрований як платник податку.

Таким чином, відбувається розрив між реальним і формальним платником ПДВ. **Оскільки ПДВ включено у ціну продукції, то він стягується з покупця, що є реальним його платником, а формальним — продавець, котрий після продажу продукції зобов'язаний перерахувати ПДВ до бюджету.**

Додана вартість — це вартість, що була створена у процесі виробництва та яка визначається як різниця вартості кінцевої продукції, виготовленої за певний проміжок часу (включаючи збільшення запасів готової продукції на складі, вартість реалізації, позареалізаційні доходи, а також роботи для внутрішнього споживання), та вартості матеріальних коштів, які споживались у процесі виробництва.

Іншими словами, **додана вартість є різницею між ціною продукції (товарів, робіт, послуг), яку виробило підприємство, і вартістю сировини й матеріалів, куплених у інших підприємств-виробників. Так, додана вартість складається з прибутку, амортизації, витрат на оплату праці та пов'язаних з нею відрахувань.** На цій основі **прибуток варто розглядати як частину доданої вартості, яку безпосередньо одержують підприємства після реалізації продукції (товарів, робіт і послуг) як винагороду за вкладений капітал і понесені ризики підприємницької діяльності.**

Додана вартість оподатковується за ставкою 20% від чистого доходу від реалізації продукції (бази оподаткування) або ж 16,67% від валового доходу підприємства.

Величину податку на додану вартість можна визначити різними способами.

Наприклад, якщо валовий дохід підприємства становить 120 млн грн, то:

$120 \times 0,1667 = 20$ (млн грн.) — величина податку на додану вартість;

$120 / 6 = 20$ (млн грн.) — величина податку на додану вартість;

$120 - 20 = 100$ (млн грн.) — чистий дохід підприємства;

$100 \times 0,20 = 20$ (млн грн.) — величина податку на додану вартість;

$100 / 5 = 20$ (млн грн.) — величина податку на додану вартість.

Акцизний податок — це непрямий податок на споживання окремих видів товарів (продукції), що включається до ціни таких товарів. Тобто акцизний податок врахований платниками такого податку в доході (виручці) від реалізації підакцизної продукції (товарів, робіт, послуг).

Перелік підакцизних товарів визначено статтею 215 Податкового кодексу України і, зокрема, до них належать алкогольні напої, тютюнові вироби, пальне, електрична енергія, легкові автомобілі, мотоцикли, транспортні засоби для перевезення вантажів та населення тощо.

Інші вирахування з доходу відображають суми наданих покупцям знижок після дати реалізації продукції, вартість повернутих покупцем товарів й інші суми, що підлягають вирахуванню з доходу.

Дохід є основним джерелом покриття здійснених підприємством витрат і формування прибутку.

Загальний дохід підприємства ще не характеризує ефективності його виробничо-господарської діяльності. Одним із показників оцінки такої ефективності є прибуток.

При перевищенні доходів над витратами має місце прибуток підприємства. При перевищенні ж витрат над доходами підприємство отримує збиток. Таким чином, фінансовий результат, як економічний підсумок виробничо-господарської діяльності підприємства, може бути в одній із двох форм:

- у позитивній формі — прибуток;

- у негативній формі — збиток.

Прибуток є кількісно-якісним показником, оскільки він синтезує всі сторони діяльності підприємства та характеризує ефективність його господарської діяльності в цілому.

Відповідно до виду діяльності підприємства, розрізняють такі різновиди прибутку:

1) **валовий прибуток** — це фінансово-економічний результат діяльності підприємства, що розраховується як різниця між чистим доходом від реалізації продукції і собівартістю реалізованої продукції (рис. 2).

Місце валового прибутку у структурі доходу (виручки) від реалізації продукції представлено на рис. 3.

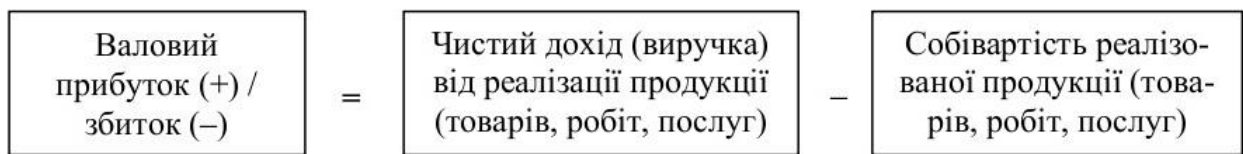


Рис. 2 – Схема формування валового прибутку (збитку) підприємства

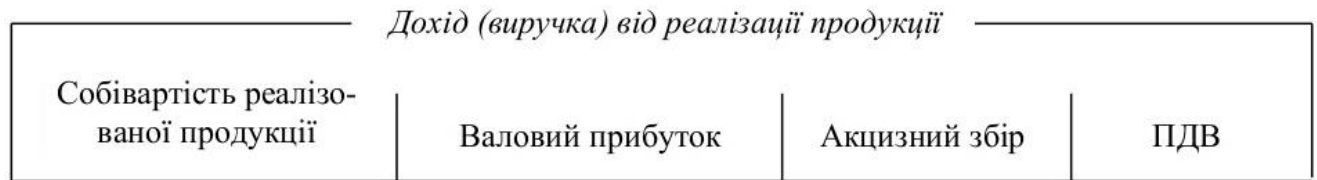


Рис. 3 – Місце валового прибутку в структурі доходу (виручки) від реалізації продукції

2) **прибуток від операційної діяльності** — це валовий прибуток, скоригований на різницю інших операційних доходів та операційних витрат (адміністративних витрат, витрат на збут й інших операційних витрат). Схема його формування представлена на рис. 4.

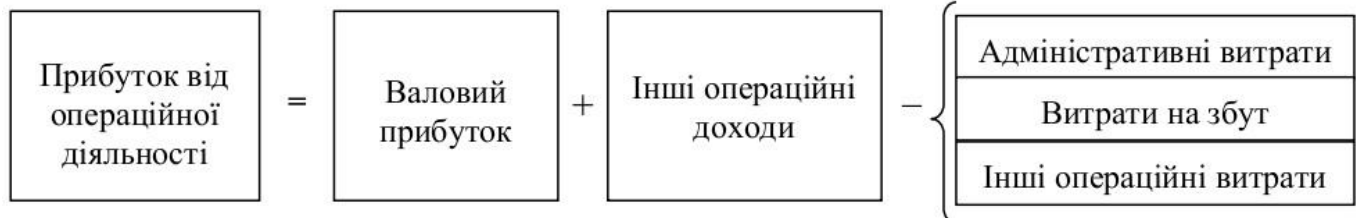


Рис. 4 – Схема формування прибутку від операційної діяльності підприємства

Інші операційні доходи відображають надходження від операційної діяльності підприємства, крім доходу (виручки) від реалізації продукції, а саме:

- дохід від операційної оренди активів;
- дохід від реалізації іноземної валюти;
- дохід від операційних курсових різниць за операціями в іноземній валюті;
- доходи від реалізації оборотних активів (крім фінансових інвестицій), необоротних активів, утримуваних для продажу, та групи вибуття;
- суми штрафів, пені, неустойок та інших санкцій за порушення господарських договорів, які визнані боржником або щодо яких одержані рішення суду про їх стягнення;
- суми безоплатно одержаних оборотних активів та субсидій;
- відшкодування раніше списаних активів (надходження боргів, списаних як безнадійні).

До операційних витрат належать:

- **адміністративні витрати** (загальногосподарські витрати, пов'язані з управлінням та обслуговуванням підприємства);
- **витрати на збут** (витрати на утримання підрозділів, що займаються збутом продукції; витрати на рекламу та дослідження ринку; витрати на пакувальні матеріали і ремонт тари; витрати на доставку продукції споживачам і страхування транспортування тощо);
- **інші операційні витрати** (собівартість реалізованих виробничих запасів; сумнівні борги і суми списаної безнадійної дебіторської заборгованості; втрати від знецінення запасів; втрати від операційних курсових різниць; визнані економічні санкції; нестача та втрати від псування цінностей; усі інші витрати, що виникають у процесі операційної діяльності підприємства, окрім витрат включених до собівартості продукції).

3) **прибуток до оподаткування** — це прибуток від операційної діяльності, скоригований на величину фінансових та інших доходів і фінансових та інших витрат (рис. 5).

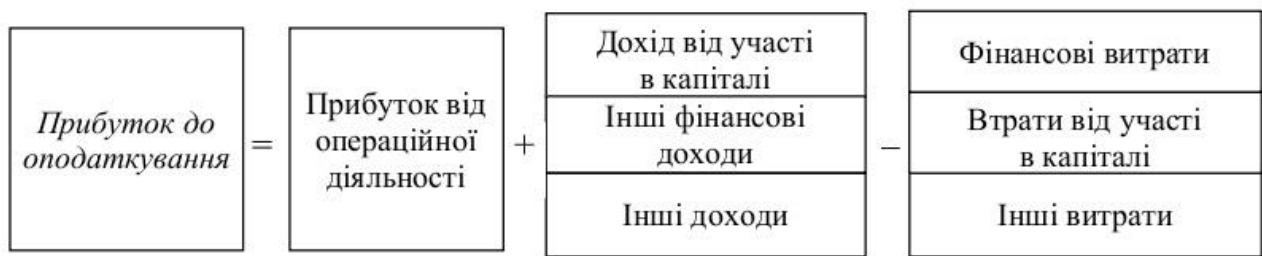


Рис. 5 – Схема формування прибутку до оподаткування

До фінансових та інших доходів належать:

- дивіденди;
- відсотки та інші доходи, отримані від фінансових інвестицій;
- доходи від інвестицій в інші підприємства;
- доходи від неопераційних курсових різниць та інші доходи.

До фінансових та інших витрат належать:

- сплата відсотків на позиковий капітал;
- втрати від уцінки фінансових інвестицій та необоротних активів;
- інші втрати й витрати, не пов'язані з операційною діяльністю.

Саме цей скоригований прибуток є податковим прибутком, як об'єктом оподаткування за звітний період.

4) **чистий прибуток** — це прибуток, що надходить у розпорядження підприємства після сплати податків на прибуток (рис. 6).

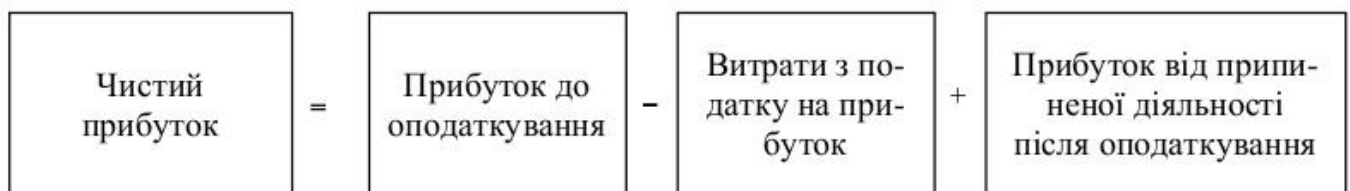


Рис. 6 – Схема формування чистого прибутку підприємства

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

1) **прибуток від реалізації продукції** (виконання робіт, надання послуг), тобто прибуток від операційної діяльності, що відображає основну мету існування підприємства на ринку та його профіль діяльності, визначається як різниця між виручкою від реалізації продукції (без врахування податку на додану вартість і акцизного податку) та її собівартістю;

2) **прибуток від продажу активів** містить прибуток від продажу матеріальних (основних засобів) і нематеріальних активів, цінних паперів інших підприємств тощо, визначається як різниця між ціною продажу та балансовою (залишковою) вартістю об'єкта, який продається;

3) **прибуток від позареалізаційних операцій** — це прибуток від операцій, безпосередньо не пов'язаних з основною діяльністю підприємства, наприклад, від здачі майна в оренду, від спільної діяльності підприємств, проценти за придбаними акціями, облігаціями та іншими цінними паперами, штрафи, що сплачуються іншими підприємствами за порушення договірних зобов'язань, доходи від володіння борговими зобов'язаннями, роялті.

Прибуток підприємства виконує низку важливих функцій (рис. 7):

- **оцінювальну** — прибуток є показником, що характеризує ефект господарської діяльності підприємства та є мірою успіху його діяльності;

- **розподільчу** — прибуток є інструментом розподілу чистого доходу суспільства на частину, що акумулюється у бюджетах усіх рівнів, та частину, що залишається у розпорядженні підприємств;

- **стимулюючу** — прибуток є джерелом приросту власного капіталу й формування засобів стимулювання (фонду заохочення, фонду виплати дивідендів, пайового фонду тощо), з яких виплачується винагорода власникам і працівникам підприємства;

- **інвестиційну** — прибуток є джерелом самофінансування і розвитку підприємства, розширеного відтворення його оборотних і необоротних активів;

- **інноваційну** — прибуток є основою інноваційної активності підприємства.



Рис. 7 – Функції прибутку підприємства

Загалом прибуток є основним джерелом фінансування розвитку підприємства, удосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення всіх форм інвестування.

Виділяють зовнішні та внутрішні фактори впливу на обсяги прибутку підприємства (табл. 1).

Таблиця 1 – Фактори впливу на прибутковість діяльності підприємства залежно від місця їх виникнення (на основі

Зовнішні фактори впливу на обсяги прибутку підприємства	Внутрішні фактори впливу на обсяги прибутку підприємства
Державне регулювання цін, тарифів, податків та пільг.	Умови праці та побуту.
Рівень інфляції.	Забезпеченість та особливості використання засобів і предметів праці, трудових, фінансових, інформаційних та інших ресурсів.
Економічний розвиток країни.	Компетентність управлінського персоналу та рівень кваліфікації персоналу.
Природні ресурси та природні умови.	Соціально-психологічний клімат у колективі.
Купівельна спроможність населення.	Асортимент продукції.
Демографічна ситуація в країні.	Якість продукції.
Геополітична ситуація.	Технологія виробництва.
Науково-технічний прогрес.	Інноваційна активність.
Зовнішньоекономічна політика держави.	Маркетингова політика підприємства.
Конкурентне середовище.	Цінова політика підприємства.
Рівень розвитку ринкових відносин.	Диверсифікація виробництва.
Ринкова інфраструктура.	Продуктивність праці персоналу.

До **зовнішніх факторів** належать державне регулювання цін, тарифів, податків і пільг, природні ресурси та умови тощо. Ці фактори не залежать від діяльності підприємства, однак можуть здійснити суттєвий вплив на рівень його прибутковості.

До **внутрішніх факторів** впливу на обсяги прибутку підприємства належать виробничі (наявність та особливості використання засобів і предметів праці, трудових, фінансових, інформаційних й інших ресурсів) та невиробничі фактори (умови праці та побуту, соціально-психологічний клімат у колективі, природоохоронна діяльність тощо).

У процесі здійснення господарської діяльності взаємодія внутрішніх та зовнішніх факторів спричиняє збільшення або зменшення прибутку підприємства.

2. Розподіл прибутку підприємства

У фінансовій політиці підприємства важливе місце займає розподіл і використання

одержуваного прибутку як основного джерела фінансування інвестиційних потреб і задоволення економічних інтересів власників (інвесторів).

Розподіл прибутку є процесом формування напрямів його майбутнього використання відповідно до мети і завдань розвитку підприємства.

Характер розподілу прибутку визначає безліч аспектів діяльності підприємства, здійснюючи вплив на її результативність.

Законодавчо розподіл прибутку регулюється лише в тій його частині, яка надходить до бюджету різного рівня у вигляді податків та інших обов'язкових платежів.

Чистий прибуток, що залишається у розпорядженні підприємства, розподіляється ним самостійно у двох напрямках (рис. 8).



Рис. 8 – Основні напрями розподілу прибутку підприємства

- **фонд нагромадження** (нерозподілений прибуток, реінвестований прибуток, капіталізований прибуток) — створення резервного фонду, фонду розвитку виробництва, фонду інвестиційної потреби тощо;

- **фонд споживання** (розподілений прибуток) — виплати власникам, акціонерам, матеріальні заохочення персоналу за результатами роботи, матеріальна допомога для вирішення соціальних проблем та ін.

Основною метою розподілу чистого прибутку підприємства є оптимізація пропорцій між капіталізованою та спожитою його частинами.

Власників підприємства цікавить, перш за все, величина дивідендних виплат, що вимагає максимізації прибутку, працівників — високий рівень заробітної плати, умови праці та розмір матеріального заохочення. Таким чином, **прибуток підприємства є джерелом задоволення економічних інтересів як власників, так і колективу працівників, що породжує певні економічні протиріччя**. Нехтувати інтересами жодної зі сторін не можна, оскільки це може спричинити негативні явища, які призведуть до зменшення прибутку (плинність кадрів, жорсткість стилю управління тощо). Тому пропорції використання прибутку визначаються політикою його розподілу відповідно до мети і завдань розвитку підприємства.

Політика розподілу прибутку підприємства спрямована на вирішення таких основних завдань:

- забезпечення пріоритетних цілей стратегічного розвитку підприємства за рахунок капіталізованої частини прибутку;

- визначення та задоволення потреби у прирості власного капіталу підприємства відповідно до намічених цілей його розвитку;

- забезпечення отримання власниками підприємства необхідної норми прибутку на інвестований капітал;
- підвищення фінансової стійкості підприємства;
- забезпечення оптимального рівня фінансового левериджу;
- стимулювання трудової активності за рахунок забезпечення матеріальної зацікавленості працівників у кінцевих результатах роботи підприємства та їх додаткового соціального захисту;
- забезпечення інвестиційного розвитку підприємства;
- забезпечення формування в необхідних розмірах резервного та інших засобів підприємства.

Розподіл прибутку здійснюється відповідно до сформованої на підприємстві дивідендної політики. Ця політика спрямована на підвищення ринкової вартості підприємства та оптимізацію пропорцій між капіталізованою і розподіленою частинами чистого прибутку

Тобто можна виділити **два основні завдання, які вирішуються в процесі вибору оптимальної дивідендної політики:**

- забезпечення максимізації загального добробуту акціонерів;
- забезпечення достатнього фінансування діяльності підприємства.

Фактори, що впливають на дивідендну політику підприємства поділяються на **внутрішні** (що залежать від результатів діяльності, керівництва та власників підприємства) та **зовнішні** (що не залежать від особливостей діяльності підприємства й зумовлені загальнодержавними процесами).

Склад основних з цих факторів показано на рис. 9

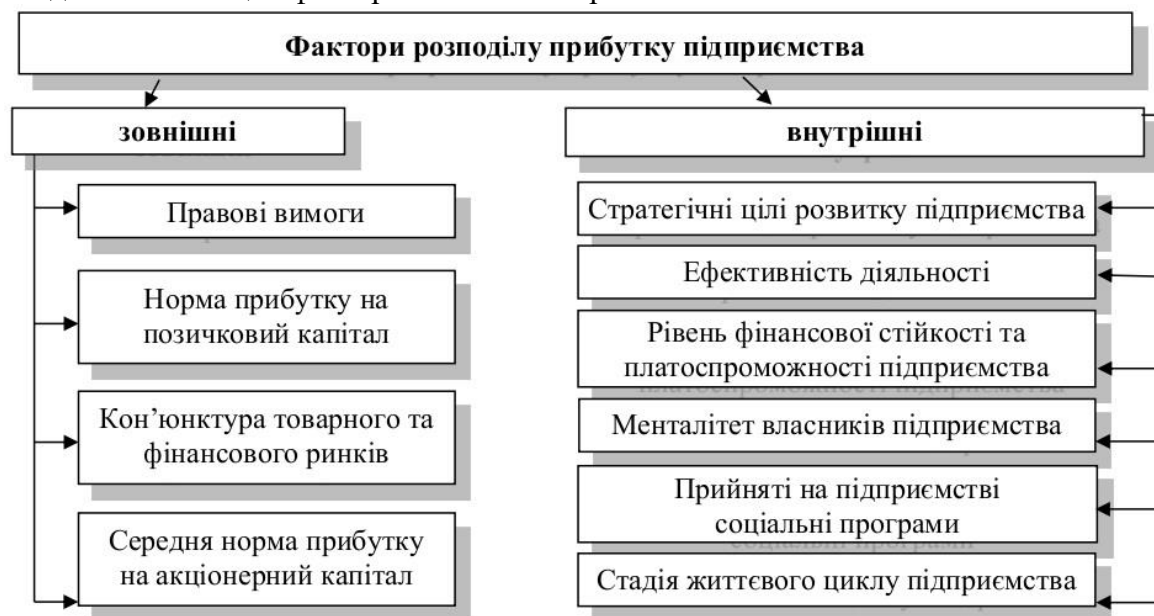


Рис. 9 – Система основних факторів, що чинять вплив на розподіл прибутку підприємства

Очевидно, що чим більше у підприємства альтернативних можливостей залучити капітал за низькими ставками для забезпечення розвитку своєї діяльності, чим більш розповсюджені програми участі працівників у прибутку, а також чим більш несприятливою є кон'юнктура товарного ринку, тим більшою повинна бути частка розподіленої частини чистого прибутку, що спрямовується на виплату винагороди власникам на вкладений капітал.

І навпаки, чим дорожчими є для підприємства позичкові ресурси, чим вищий рівень рентабельності його діяльності та чим активніше суб'єкт господарювання працює у напрямі підготовки ефективних інвестиційних проєктів, тим вигідніше для нього підвищувати капіталізовану частину прибутку.

3. Характеристика та оцінка ефективності діяльності підприємства

Досягнення кінцевої мети функціонування будь-кого підприємства — максимізації прибутку — на пряму залежить від ефективності його діяльності.

Ефективність діяльності — це комплексний показник, що дає узагальнене і повне відображення кінцевих результатів використання засобів, предметів праці й робочої сили на

підприємстві за певний проміжок часу.

Якщо **прибуток є абсолютним показником фінансово-економічних результатів діяльності підприємства**, який характеризує обсяги отриманого підприємством ефекту від здійснення господарської діяльності, то **відносним показником є ефективність**, що показує рівень віддачі вкладеного у підприємство капіталу, чи здійснених витрат.

Загальна методологія визначення ефективності діяльності підприємства полягає у відношенні результату виробництва до затрачених ресурсів (витрат), тобто одержаного економічного ефекту до витрат на його досягнення:

$$\text{Ефективність} = (\text{Ефект (результат)} \rightarrow \text{max} / \text{Витрати (ресурси)} \rightarrow \text{min}) \times 100\%. \quad (1)$$

В залежності від того, який ефект (результат) виробничо-господарської діяльності було досягнуто та приймається до уваги, розрізняють такі **види ефективності**:

1) **економічна ефективність** (характеризується мінімізацією витрат і максимізацією результатів, підвищенням віддачі останніх);

2) **соціальна ефективність** (характеризується задоволенням потреб соціального характеру та поліпшенням добробуту власників та працівників підприємства);

3) **екологічна ефективність** (характеризується спроможністю підприємства контролювати та зводити до мінімуму рівень свого впливу на навколишнє середовище).

Серед показників ефективності виробництва виділяються такі їх групи:

1) **часткові показники ефективності:**

- **показники ефективності використання персоналу** (трудомісткість одиниці продукції, виробіток, темпи росту продуктивності праці, частка приросту обсягів виробництва продукції за рахунок росту продуктивності праці, коефіцієнт ефективності використання робочого часу, відносне вивільнення працівників, плинність персоналу, економія фонду оплати праці, випуск продукції на 1 грн фонду оплати праці та інші);

- **показники ефективності використання основних засобів** (фондовіддача, фондомісткість, рентабельність основних засобів, коефіцієнт використання виробничої потужності, коефіцієнт інтенсивного використання обладнання, коефіцієнт екстенсивного використання обладнання, коефіцієнт змінності використання обладнання, рівень залучення обладнання та інші);

- **показники ефективності використання оборотних активів** (коефіцієнт оборотності оборотних активів, коефіцієнт завантаження оборотних активів, тривалість обороту оборотних активів, відносне вивільнення оборотних активів та інші);

- **показники ефективності використання фінансових ресурсів** (питомі капіталовкладення, платоспроможність, швидкість обертання фінансових ресурсів, капіталовкладення на одиницю введених потужностей, рентабельність інвестицій, термін окупності інвестицій та інші);

- **показники ефективності використання матеріальних ресурсів** (матеріаломісткість, матеріаловіддача, коефіцієнт корисного використання сировини та матеріалів, витрати палива й енергії на 1 грн чистої продукції, економія матеріальних витрат й інші);

- **показники якості продукції** (економічний ефект від поліпшення якості продукції; частка продукції, що відповідає світовим і вітчизняним зразкам та інші);

2) **узагальнюючі показники економічної ефективності виробництва** (виробництво продукції на одиницю витрат ресурсів, витрати на одиницю товарної продукції, витрати на одиницю реалізованої продукції, прибуток на одиницю загальних витрат, рентабельність виробництва, рентабельність активів, рентабельність власного капіталу, рентабельність продукції, рентабельність продаж).

Розрахункові формули для визначення узагальнюючих показників ефективності діяльності підприємства подано у таблиці 2.

Основним узагальнюючим показником ефективності роботи підприємства є рентабельність.

Рентабельність — це відносний показник фінансових результатів підприємства, що вимірюється у відсотках та дає узагальнене й повне відображення кінцевих результатів використання усіх ресурсів на підприємстві за певний проміжок часу.

Таблиця 2 – Розрахункові формули для визначення узагальнюючих показників ефективності діяльності підприємства

Назва	Розрахункова формула	Характеристика
Виробництво продукції на одиницю витрат ресурсів	$B_{\epsilon} = \frac{Q}{B} \times 100\%$	Характеризує обсяг виробництва продукції (валової, товарної, чистої) Q в розрахунку на одиницю витрат ресурсів B . Ефективною є динаміка збільшення даного показника.
Витрати на одиницю товарної продукції	$B_{ТП} = \frac{B}{Q_{ТП}} \times 100\%$	Характеризує обсяг витрат B , що припадає на одиницю товарної продукції $Q_{ТП}$. Ефективною є динаміка зменшення даного показника.
Витрати на одиницю реалізованої продукції	$B_{РП} = \frac{B}{Q_{РП}} \times 100\%$	Характеризує обсяг витрат B , що припадає на одиницю реалізованої продукції $Q_{РП}$. Ефективною є динаміка зменшення даного показника.
Прибуток на одиницю загальних витрат	$\Pi_{\epsilon} = \frac{\Pi}{B} \times 100\%$	Характеризує обсяг прибутку Π (валового, від операційної діяльності, чистого) в розрахунку на одиницю витрат ресурсів B . Ефективною є динаміка збільшення даного показника.

Показник рентабельності характеризує рівень віддачі витрат або рівень використання ресурсів та показує, скільки копійок прибутку одержує підприємство при понесених витратах (вкладених активах, ресурсах) в його господарську діяльність у розмірі 1 гривні.

Розрізняють багато видів показників рентабельності, алгоритм розрахунку яких представлено у таблиці 3. Чим вищими є дані показники, тим ефективніше функціонує підприємство, адже на одиницю вкладених ресурсів припадає більший обсяг одержаного прибутку.

Таблиця 3 – Розрахунок основних видів рентабельності діяльності підприємства

Показники рентабельності	Розрахункова формула	Характеристика
1	2	3
<i>Показники рентабельності продукції</i>		
1. Рентабельність окремих видів продукції	$R_i = \frac{\Pi_i}{C_i} \times 100\%$	Характеризує прибуток від реалізації продукції (Π_i) на гривню собівартості (C_i). Π_i — ціна одиниці продукції i -го виду.
	$R_i = \frac{\Pi_i - C_i}{C_i} \times 100\%$	

1	2	3
2. Рентабельність продукції — товарів, робіт, послуг (коефіцієнт комерційної рентабельності)	$R_{np} = \frac{BP}{C_{pn}} \times 100\%$	Характеризує валовий прибуток (<i>BP</i>), що припадає на гривню собівартості реалізованої продукції (<i>C_{pn}</i>).
<i>Показники рентабельності інвестованих ресурсів</i>		
3. Рентабельність виробництва (підприємства)	$R_n = \frac{ЧП}{OЗ_{сер} + ОбА_{сер}} \times 100\%$	Характеризує чистий прибуток (<i>ЧП</i>), що припадає на гривню середньорічної вартості основних засобів (<i>OЗ_{сер}</i>) та оборотних активів (<i>ОбА_{сер}</i>).
4. Чиста рентабельність активів	$R_A = \frac{ЧП}{A_{сер}} \times 100\%$	Характеризує величину чистого прибутку (<i>ЧП</i>), що припадає на гривню середньорічної вартості активів (<i>A_{сер}</i>).
5. Економічна рентабельність активів (коефіцієнт економічної рентабельності)	$ER_A = \frac{П_{д.а} + B_{ф}}{A_{сер}} \times 100\%$	Характеризує величину прибутку до оподаткування (<i>П_{д.а}</i>) та фінансових витрат (<i>B_ф</i>), що припадає на гривню середньорічної вартості активів (<i>A_{сер}</i>). Якщо економічна рентабельність активів менша за процентну ставку за довгостроковими кредитами, то фінансовий стан підприємства є незадовільним.
6. Чиста рентабельність власного капіталу (коефіцієнт фінансової рентабельності)	$R_{BK} = \frac{ЧП}{BK_{сер}} \times 100\%$	Характеризує чистий прибуток (<i>ЧП</i>), що припадає на гривню середньорічної вартості власного капіталу (<i>BK_{сер}</i>).
7. Рентабельність основних засобів	$R_{OЗ} = \frac{ЧП}{OЗ_{сер}} \times 100\%$	Характеризує чистий прибуток (<i>ЧП</i>), що припадає на гривню середньорічної вартості основних засобів (<i>OЗ_{сер}</i>).
8. Рентабельність оборотних активів	$R_{ОбА} = \frac{ЧП}{ОбА_{сер}} \times 100\%$	Характеризує чистий прибуток (<i>ЧП</i>), що припадає на гривню середньорічної вартості основних засобів (<i>ОбА_{сер}</i>).
<i>Показники рентабельності продажу</i>		
9. Рентабельність продажу	$R_{продаж} = \frac{BP}{ЧД} \times 100\%$	Характеризує величину валового прибутку (<i>BP</i>), що припадає на гривню чистого доходу від реалізації продукції (<i>ЧД</i>).

Підвищення ефективності діяльності підприємства є основною передумовою забезпечення його конкурентоспроможності у ринкових умовах господарювання. Тому кожне підприємство прагне підвищити рівень ефективності використання ресурсів, забезпечити скорочення витрат та зростання прибутковості.

Основними чинниками підвищення ефективності діяльності підприємства є:

- вдосконалення управління, організації виробництва та праці, запровадження прогресивних форм і методів управління;
- зміна обсягу і структури виробництва, як фактора скорочення накладних витрат підприємства;
- зростання продуктивності праці, стимулювання персоналу, вдосконалення умов праці та відпочинку працюючих;
- підвищення професійно-кваліфікаційного рівня персоналу;
- зниження фондомісткості та матеріаломісткості продукції;

- підвищення технічного рівня виробництва, впровадження прогресивної технології, модернізація застарілого обладнання, механізація і автоматизація виробництва, активізація інноваційної діяльності;
- збільшення рівня завантаження обладнання;
- удосконалення технологічних процесів;
- зменшення енергомісткості виробничих процесів;
- оптимізація поточних витрат підприємства;
- поліпшення якості використовуваних сировини та матеріалів, що зумовить підвищення конкурентоспроможності продукції за рахунок зростання якості продукції тощо.

Розділ №3. «Планування та прогнозування діяльності підприємства»

Тема №3.1

«Економічне прогнозування та планування діяльності підприємства»

План:

1. Економічне прогнозування діяльності підприємства
2. Сутність та види планування діяльності підприємства

Зміст

1. Економічне прогнозування діяльності підприємства

В сучасних умовах господарювання, особливої важливості набувають проблеми планування діяльності підприємства. Головною методологічною основою планування є економічне прогнозування основних показників виробничо-господарської діяльності підприємства. Адже на основі прогнозування, підприємства усіх форм власності можуть отримати чітке обґрунтування важливих показників своєї виробничо-господарської діяльності, точно оцінити рівень платоспроможності, рентабельності та прибутковості, а також результативність багатьох управлінських рішень як в поточній перспективі, так і у майбутньому.

Необхідно зазначити, що саме ці показники виступають головними складовими здійснення успішного процесу управління підприємством. Адже, саме на основі прогнозування основних показників виробничо-господарської діяльності підприємства можлива гнучка зміна короткострокових планів, редагування головних цілей та завдань підприємства.

Економічне прогнозування — це максимально реалістичне передбачення розвитку підприємства у перспективі, яке спирається як на наукові методи, так і на результати моніторингу функціонування економічної системи в цілому. Можна сказати, що *прогнозування — це процес обґрунтування кількісних та якісних змін розвитку будь-якого підприємства в майбутньому.*

Прогнозування відіграє також надзвичайно важливе значення в забезпеченні успішної виробничо-господарської діяльності підприємства, бо пов'язане з ефективним використанням необхідних ресурсів, отриманням максимально можливого прибутку та визначенням альтернативних шляхів розвитку. Прогнозування — це дієвий інструмент ведення господарської діяльності. Необхідно зазначити, що для більшої ефективності процесу прогнозування, його треба здійснювати постійно в міру зміни економічних умов господарювання та в міру надходження нової інформації.

Прогнозування виявляє усі позитивні чи негативні процеси, які тим чи іншим чином впливають на виробничо-господарську діяльність підприємства та дозволяє вибрати та обґрунтувати заходи щодо впливу на них. Необхідність прогнозування спричиняється тим, що майбутнє не визначене і ефект багатьох рішень, які приймаються зараз, протягом певного часу не відчувається. Тому точне передбачення майбутнього підвищує ефективність процесу прийняття господарських рішень.

Як відомо, господарювання в умовах ринку залежить від постійних коливань ринкової

кон'юнктури, що у свою чергу відображається на доходах як продавців, так і споживачів певних товарів чи послуг. І тому, для уникнення значних помилок, треба оцінити усі альтернативні варіанти розвитку підприємства як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Відповідно, прогнозування в такому випадку виступає необхідним елементом формування успішної ринкової стратегії.

Також, при господарюванні в умовах ринкових відносин, саме прогнозування виступає важливою процедурою для обґрунтування доцільності впровадження інвестиційних проєктів, довготермінових програм розвитку підприємства та стратегічних планів. Прогнозування також є елементом стратегічного планування розвитку вітчизняної економіки в цілому та конкретного підприємства, зокрема. У свою чергу, стратегічне прогнозування має на меті розробку довготермінових та середньотермінових прогнозів щодо зміни основних показників виробничо-господарської діяльності підприємства. У свою чергу, **прогноз — це науково обґрунтоване судження про можливий стан об'єкта в майбутньому та про альтернативні шляхи його здійснення.**

Прогнозування виконує дві основні функції. Перша функція є описовою чи передбачувальною, а друга, що тісно пов'язана з першою є розпоряджувальною, тобто такою, що сприяє втіленню результатів прогнозування в план діяльності підприємства.

Необхідно зазначити, що складання різних видів прогнозів має свої характерні особливості. Тому, виникає потреба певним чином їх класифікувати (табл. 1).

Таблиця 1 – Класифікація прогнозів

Класифікаційна ознака	Назва прогнозу
Масштаб прогнозування	▪ прогноз розвитку світової економіки; ▪ прогноз на рівні національної економіки; ▪ міжгалузевий прогноз; ▪ галузевий прогноз; ▪ на рівні підприємства
Час прогнозування	▪ далекострочковий (більше 25 років); ▪ перспективний (15–25 років); ▪ середньострочковий (від 1 до 5 років); ▪ короткострочковий (до 1 року); ▪ оперативний (до 1-го місяця); ▪ щоденний або поточний прогноз
За об'єктом прогнозування	▪ зовнішньоекономічних показників; ▪ прогноз доходів населення; ▪ соціальних індикаторів; ▪ прогноз рівня зайнятості; ▪ науково-технічний; ▪ прогноз інвестиційного клімату; ▪ природних ресурсів; ▪ прогноз виробничих ресурсів; ▪ прогноз фінансових ресурсів
За функціональною ознакою	▪ пошуковий; ▪ науково-дослідницький; ▪ нормативний

Доцільно зазначити, що на підприємстві прогнозуванням займаються лише ті працівники, які пройшли відповідну підготовку. Для здійснення якісного прогнозування створюються спеціальні робочі групи, які використовують різноманітні методи. Вибір відповідних методів прогнозування здійснюється згідно з характером об'єкта та вимогами, які висувуються до прогнозів. Найбільш

популярні та використовувані методи прогнозування подані в таблиці 2.

Таблиця 2 – Методи економічного прогнозування

МЕТОДИ ПРОГНОЗУВАННЯ			
Логічно-інтуїтивні методи		Формалізовані математичні методи	
Метод ситуаційного аналізу	Групові експертні методи	Методи прогновної екстраполяції	Математичне моделювання та побудова моделей
Аналітичні записки	Метод Дельфі	Метод простої екстраполяції	Імітаційні методи
Дерево цілей	Метод «мозкового штурму»	Метод найменших квадратів	Структурні методи
Дерево рішень	Метод комісій	Знаходження середньозваженої величини	Побудова мереж
SWOT-аналіз	Метод інтерв'ю	Метод регресії	Статистичне моделювання
Метод побудови можливого сценарію	Матричний метод	Метод згладжування	Економіко-математичне моделювання

Відповідно, характерною ознакою логічно-інтуїтивних експертних методів є використання знань, особистих навичок та практичного досвіду групи експертів. Основна відмінність формалізованих математичних методів прогнозування полягає у використанні математичного алгоритму роботи. Тобто, основний інструмент побудови висновків у такому разі не досвід, знання та навички експертів, а формально-визначений математичний апарат, що вимагає кількісного формулювання вхідної інформації. Найбільш поширеними формалізованими методами прогнозування є *екстраполяційні*, а моделі *часових рядів* — один з найбільш поширених видів екстраполяційних прогнозних моделей. Потрібно відзначити, що практично усі такі методи базуються на статистичній інформації про стан об'єкта прогнозування, його внутрішнє та зовнішнє середовище за попередній час функціонування.

Як було зазначено, економічне прогнозування основних показників виробничо-господарської діяльності підприємства є основною методологічною основою планування.

2. Сутність та види планування діяльності підприємства

Планування є окремим важливим напрямком управлінської діяльності з визначення цілей підприємства, а також шляхів їх досягнення.

Планування є процесом встановлення найважливіших пріоритетів, методів, способів та механізмів їх досягнення на основі дослідження закономірностей функціонування господарських систем і можливих змін умов господарювання.

Варто зазначити, що змістом розробки планів підприємства є визначення комплексних завдань, обґрунтування необхідних заходів та ресурсів, визначення показників для контролю та оцінки ступеня досягнення цілей.

За ринкових умов господарювання підприємство самостійно здійснює весь комплекс планової роботи та несе відповідальність за кінцеві результати господарювання.

Тому, здійснюючи процес планування діяльності підприємства, необхідно дотримуватися певних принципів. *На сьогоднішній день виділяють такі принципи планування:*

1. *Принцип ціленаправленості*, є одним із найважливіших принципів планування діяльності підприємства, що має на меті вибір та обґрунтування основних цілей діяльності підприємства, його генеральної мети та кінцевих результатів.

2. *Принцип системності* передбачає охоплення плануванням усіх видів діяльності підприємства, усіх виробничих підрозділів, тенденцій розвитку, а також динаміки змін та зворотних зв'язків в його виробничо-господарській системі.

3. **Принцип збалансованості витрат і доходів** передбачає повне обґрунтування запланованих понесених витрат та можливих отриманих результатів.

4. **Принцип безперервності планування** має на меті постійне узгодження різних видів планів та постійне планування розвитку підприємства.

5. **Принцип адекватності** пропонує враховувати усі зміни зовнішнього та внутрішнього середовища, які можуть впливати на діяльність підприємства.

В нинішніх умовах господарювання, усі підприємства, незалежно від виду діяльності та форм власності, намагаються здійснювати планування свого розвитку. Причому, планування для новостворених підприємств дозволяє уникнути помилок та знизити ймовірність виникнення банкрутства у господарській діяльності. Що стосується планування на діючих підприємствах, то для них потреба в плануванні може виникати у зв'язку зі змінами в організації виробничого процесу, його технічному чи технологічному забезпеченні, при виходах на нові ринки, зміні механізму збуту продукції чи інших чинниках.

Надзвичайно важливе значення має планування при здійсненні інвестування в розвиток підприємства, адже усі без винятку інвестори, вкладаючи свої кошти чи майно, хочуть отримати чітку відповідь про перспективу та гарантії їх повернення.

Планування доцільно розглядати як процес визначення господарських, виробничих, фінансових, соціальних, комерційних, технічних та будь-яких інших цілей підприємства на визначений період часу, а також розробки методів, способів, засобів та механізму досягнення цих цілей заради отримання максимального прибутку. В такому випадку, **суб'єктом планування є окреме підприємство, його відокремлений підрозділ чи інша виробнича одиниця (цех, дільниця, робоче місце).**

Об'єктом планування є виробнича, комерційна, інвестиційна, соціальна діяльність підприємства, його науково-технічний, технологічний та інший розвиток.

Головними цілями планування діяльності підприємства є:

- досягнення підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства;
- організація ефективного виробництва товарів та надання послуг відповідно до виду діяльності підприємства;
- поліпшення показників науково -технічного розвитку підприємства;
- більш повне забезпечення задоволення духовних, соціально-побутових чи культурних потреб працівників підприємства, а також формування комфортної психологічної атмосфери в колективі;
- забезпечення здійснення виробничого процесу виготовлення якісної продукції без негативного впливу на навколишнє середовище.

Досягнення вищезгаданих цілей планування передбачає наявність на підприємстві **системи планів, яка складається з таких основних елементів:**

1. Ретельне планування виробничого процесу та каналів збуту продукції.
2. Планування удосконалення кадрового забезпечення та вдосконалення організаційного механізму підприємства.
3. Планування фінансових показників та інвестиційне планування.
4. Бізнес-планування.
5. Планування маркетингової політики, механізму просування продукції на ринки, планування розширення ринків збуту.
6. Дослідження ризиків та планування заходів щодо зниження чи уникнення його.
7. Календарне планування технічного переозброєння підприємства.
8. Повсякчасне планування зовнішньоекономічної діяльності.
9. Планування соціального розвитку підприємства та заходів щодо підвищення безпеки праці.
10. Планування системи екологічних заходів та випуску якісної та безпечної продукції.

В залежності від виду діяльності підприємства, від цілей та завдань, виділяють такі види планування:

1. **Планування за часовою орієнтацією** буває:

- **реактивне** — орієнтація на досвід планування в попередніх періодах;

- **інактивне планування** орієнтується на поточний стан підприємства та тенденції його розвитку;

- **преактивне планування** здійснюється з врахуванням усіх можливих змін у майбутньому;

- **інтерактивне планування** передбачає побудову ідеальних умов для розвитку підприємства.

2. **Планування залежно від методу організації** буває:

- **прогресивне**, тобто коли планові показники формуються на нижчих ланках виробничих підрозділів, а потім узагальнюються та впроваджуються в плани підприємства;

- **ретроградне планування**, навпаки, передбачає формування планових показників на вищих рівнях системи управління з їх подальшим перенесенням у плани підрозділів нижчого рівня ієрархії;

- **кругове планування** має на меті об'єднання цих обох видів планувань, при цьому, у плани включаються найбільш позитивні рішення.

3. **З огляду на обов'язковість планових завдань, планування** буває:

- **директивне**, тобто усі рішення є обов'язковими до виконання;

- **індикативне планування** носить рекомендаційний характер.

4. **За тривалістю планового періоду** розрізняють:

- **перспективне планування** передбачає розробку планів на довгостроковий період часу;

- **поточне планування** полягає в розробці річних планів на всіх рівнях управління підприємством та з усіх напрямів його діяльності, а також планів на більш короткі періоди (квартал, місяць).

5. **За цілями планування** буває:

- **оперативно-календарне планування**, що має завдання вирішувати оперативні завдання (на календарний місяць, день);

- **тактичне планування**, яке полягає в обґрунтуванні і виборі способів вирішення і досягнення тактичних цілей підприємства;

- **стратегічне планування**, включає вибір завдань і засобів для досягнення стратегічних цілей підприємства на довгостроковий період.

6. **За об'єктами планування** виділяють:

- виробниче;

- фінансове;

- інвестиційне;

- ресурсне;

- бізнес-планування.

Відповідно, процес планування включає дослідження та формування цілей підприємства та розробку стратегічних заходів досягнення цих цілей та координацію діяльності в цілому. В ринкових умовах господарювання, підприємства мають змогу самостійно планувати свою господарську діяльність. В таких умовах, плани підприємства повністю орієнтовані на задоволення потреб споживачів. В той же час, підприємства самостійно визначають напрями свого розвитку, розробляють виробничу програму, встановлюють планові показники, мають змогу успішно використовувати систему мотивації праці тощо.

ТЕМА №3.2

«ПЛАНУВАННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»

План:

1. Бізнес-планування, його процес і значення.
2. Особливості написання бізнес-плану підприємства.

ЗМІСТ

1. Бізнес-планування, його процес і значення

На сучасному етапі економічних перетворень у підприємницькій діяльності не можливо

досягти успіхів не використовуючи прогресивних методів управління підприємством. Економічна наука накопичила значний досвід у сфері стратегічного, тактичного та оперативного планування. Одним з видів такого планування виступає бізнес-планування.

Бізнес-планування являє собою багатогранне поняття, в яке залежно від підходу до тлумачення та сфери його застосування, прийнято вкладати наступний зміст:

- процес вибору цілей та рішень для досягнення конкретних завдань господарювання тактичного або оперативного характеру;
- процес, спрямований на впровадження економічного задуму з метою отримання прибутку та подальшого його розподілення між інвестором і фірмою;
- особливий процес, який дозволяє реалізувати інвестиційні та інноваційні задуми суб'єкта підприємництва;
- система оцінки таких компонентів бізнесу як витрати виробництва та прибуток, ринок в якості об'єкта маркетингу, фінанси підприємства, податки, кредит, страхування тощо; даний процес слід розглядати як основу майбутніх перспектив розвитку підприємства;
- основа розвитку підприємства, і чи не єдино можливий шлях інтенсифікації змін в підприємницькій діяльності.

Процес бізнес-планування від виникнення економічного задуму до одержання та розподілу прибутку між його учасниками, показаний на рис. 1.

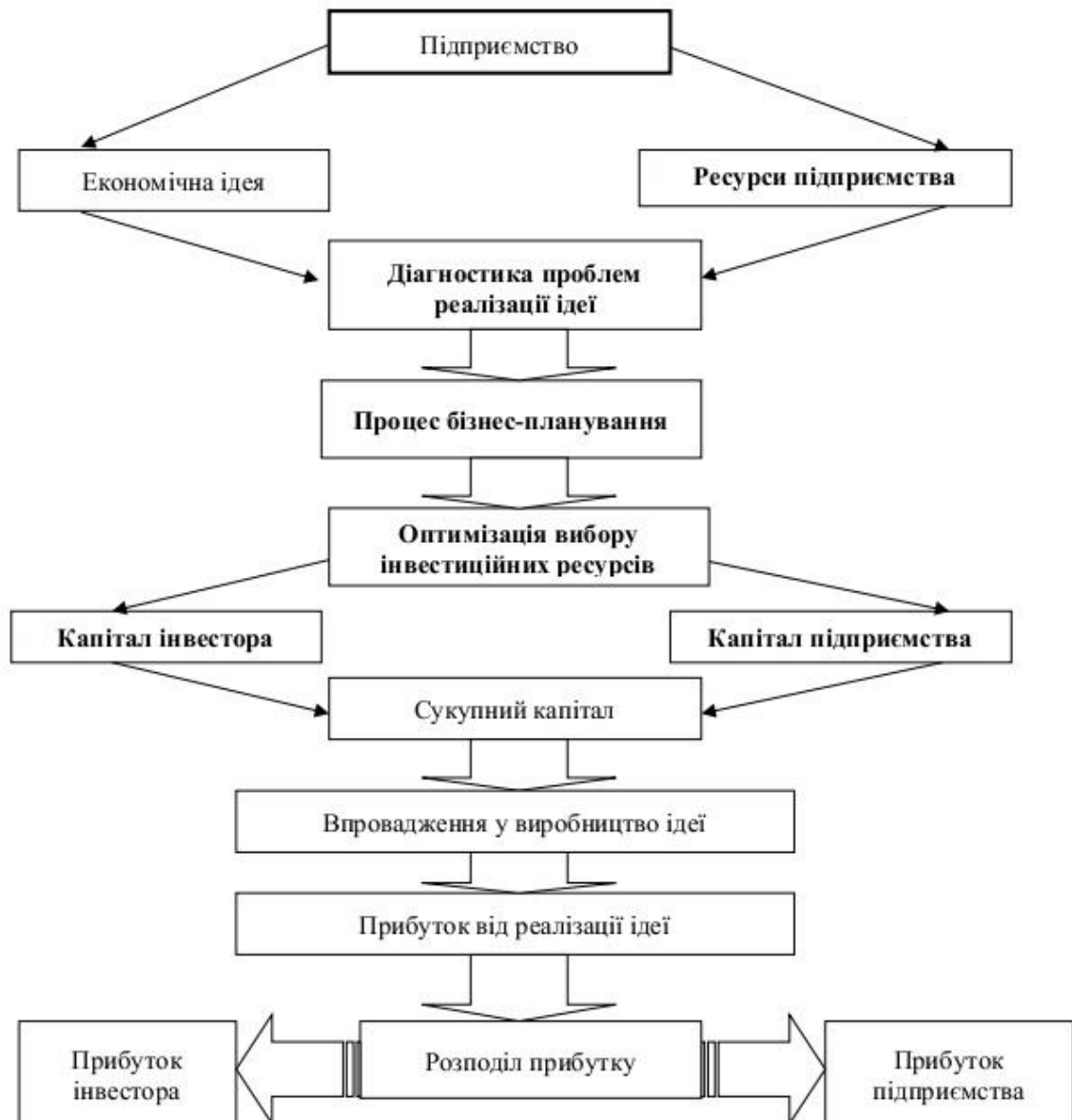


Рис. 1 – Процес бізнес-планування на підприємстві

Як бачимо, процесу бізнес-планування передують виникнення задуму, ідеї, що поряд з

недостатньо ефективним використанням ресурсів підприємства породжує виникнення проблем у реалізації такої ідеї чи задуму. Найкраще використання власного та залученого капіталу в процесі реалізації бізнес-планування дозволить підприємству отримати прибуток та покращити результати господарської діяльності.

Найбільш розповсюдженими сферами бізнес-планування є створення бізнес-ліній, продуктових ліній, інвестиційних проектів як сукупність прав власності, довгострокових привілеїв та конкурентних переваг, спеціального й універсального майна, технологій, а також контрактів із закупівлі ресурсів, оренді майна, наймання працівників і збуту продукції, які забезпечують можливість одержувати певні доходи.

Бізнес-планування є однією з найважливіших складових системи фінансового планування на підприємствах, які функціонують в умовах конкурентного середовища, оскільки воно не тільки забезпечує внутрішні потреби підприємства в обґрунтованих кількісних оцінках майбутніх капіталовкладень, а й сприяє залученню надійних інвесторів для їх фінансування.

Оскільки бізнес-планування охоплює достатньо довгий період, зазвичай 3–5 років, воно може бути ототожнено зі стратегічним плануванням. Але, на відміну від стратегічного, бізнес-планування включає не весь комплекс загальних цілей підприємства, а тільки одну з них — ту, яка пов'язана зі створенням та розвитком визначеного (нового) бізнесу. Вона має чітко окреслені часові межі, по закінченні яких визначені планом цілі та задачі повинні бути виконаними. Крім того, в бізнес-плануванні його функціональні складові (плани виробництва, маркетингу, юридичний план та ін.) мають набагато вагомніше значення, ніж у стратегічному плані, та є рівноправними частинами структури бізнес-плану.

Бізнес-планування, як форма обґрунтування підприємницького проєкту, поступово набуває сили, витісняючи техніко-економічне обґрунтування зі сфери планової діяльності бізнесу, оскільки в ньому закладені переваги гнучкого сполучення виробничого та ринкового фінансового та технічного, внутрішнього та зовнішнього аспектів діяльності підприємства. Прямим вираженням бізнес-планування є складання та реалізація бізнес-плану підприємства.

Бізнес-планування має різне значення для учасників даного процесу:

1. **Для менеджерів підприємства** — з'ясування практичності ідей, формування команди однодумців, проведення практичного аналізу діяльності підприємства, можливості додаткового фінансування розвитку підприємства.

2. **Для акціонерів** — оцінка можливостей підприємства, відстеження виконання цілей та завдань, визначення потреби в коштах.

3. **Для кредиторів** — оцінка ліквідності підприємства, а також існуючого ризику, оцінка якості управління діяльністю підприємства.

4. **Для партнерів у бізнесі** — оцінка надійності та привабливості розвитку співробітництва, оцінка можливості співробітництва.

Значення бізнес-планування для розвитку господарської діяльності підприємства можна звести до можливості концентрації усіх можливих його ресурсів (виробничих, фінансових, трудових, інноваційних, управлінських та інших) для розв'язання поточних і майбутніх проблем розвитку підприємства з метою отримання більшого прибутку від здійснюваної діяльності.

2. Особливості написання бізнес-плану підприємства

В сучасних умовах господарювання важливим завданням, яке постає перед підприємствами, є забезпечення ефективного та стабільного їх функціонування задля підвищення ефективності діяльності. Тому, на перше місце виходить проблема формування і розвитку власної моделі ведення бізнесу. Для цього необхідно використовувати процес бізнес-планування, який передбачає розробку та впровадження бізнес-плану.

Найчастіше бізнес-план розглядається як документ, що використовується для залучення необхідних для реалізації певного проєкту фінансових ресурсів. Зовнішні інвестори та кредитори ніколи не вкладатимуть гроші в бізнес, якщо не ознайомляться з ретельно підготовленим бізнес-планом.

Головним призначенням бізнес-плану є переконання потенційних інвесторів у тому, що підприємницький проєкт має чітко визначену мету, стратегію успіху та заслуговує на фінансовий

супровід та підтримку. Тобто, бізнес-план виступає практично робочим інструментом, що використовується в усіх сферах підприємництва. Його розробляють і у випадку створення нового бізнесу чи організації нової фірми; при об'єднанні існуючих підприємств або зміні власності; при започаткуванні зовнішньоекономічної діяльності чи виході на нові ринки тощо.

У світовій практиці переважна більшість інвестиційних проєктів описуються за допомогою бізнес-планів. У венчурні фірми поступають тисячі бізнес-планів на рік. Їх також замовляють комерційні банки, промислові компанії, індивідуальні інвестори.

До основних завдань розробки бізнес-плану належать:

- оцінка реальності, своєчасності та важливості підприємницької ідеї;
- кількісне визначення всіх необхідних ресурсів, рівня витрат та джерел фінансування;
- обґрунтування і вибір стратегії діяльності підприємства, на якому реалізується проєкт;
- пошук надійних партнерів для розробки, реалізації та отримання прибутку від впровадження інноваційно-інвестиційного проєкту;
- оцінка рівня конкуренції на тих ринках, де планується реалізовувати проєктну продукцію чи послуги;
- визначення рівнів та видів ризиків, що можуть виникнути під час реалізації проєкту;
- розробка можливих шляхів уникнення чи зниження ризиків;
- прогнозування очікуваних результатів протягом трьох-п'яти років.

Так, з **позицій призначення бізнес-плану**, можна відокремити **чотири основні його функції**:

- 1) **формує концепцію розвитку**, тобто стратегію бізнесу, і є формалізованим засобом якісного і кількісного обґрунтування доцільності та правильності обраного курсу;
- 2) **дає економічну оцінку обраного напрямку діяльності підприємства**;
- 3) **дозволяє залучити позики і кредити**, тому добре підготовлений бізнес-план стає одним з ключових факторів у вирішенні питання про залучення джерел фінансування;
- 4) **сприяє залученню до нової справи потенційних партнерів**, які можуть вкласти в бізнес-проєкт власний капітал або сприяти мобілізації інших джерел.

Бізнес-план може виступати як всебічно обґрунтована послідовність управлінських рішень, спрямованих на вирішення завдань, передбачених стратегією розвитку підприємства і оформлених у вигляді відповідного планового документа.

Разом з тим, **бізнес-план — це стандартний документ, у якому детально обґрунтовуються концепція призначеного для реалізації реального інвестиційного проєкту і наводяться основні його технічні, економічні, фінансові та соціальні характеристики**. Він описує основні аспекти майбутнього проєкту, аналізує всі проблеми, на які проєкт може натрапити, а також визначає способи їх вирішення.

Бізнес-план — це ретельно розроблений (на основі всебічного аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування бізнесу) письмовий документ, в якому сформульована сутність підприємницької ідеї, засоби, методи та інструменти її реалізації, а також розраховані показники окупності та ефективності приросту майбутнього вкладення капіталу, можливі ризики, результати, наслідки та перспективи бізнесу.

Добре розроблений та обґрунтований бізнес-план є важливим підґрунтям так званої бізнес-пропозиції, використовується у процесі переговорів з партнерами; він відіграє не аби-яку роль у підборі на роботу кваліфікованих фахівців; його обов'язково використовують задля залучення надійних інвесторів і кредиторів.

Кожен бізнес-план має свої особливі риси залежно від того, в якій сфері починає працювати підприємець, який капітал він хоче отримати від банку чи інвестиційної компанії.

Незалежно від сфери діяльності та особливостей підприємства, яке розробляє бізнес-план, можна визначити декілька стандартних етапів, які потрібно послідовно пройти при його розробці:

- 1) на першому етапі необхідно **обґрунтувати конкретну мету написання бізнес-плану**, яка визначається переліком проблем, що покликаний вирішити бізнес-план;
- 2) необхідно **точно визначити для якої аудиторії пишеться бізнес-план**, а саме чи для внутрішнього використання командою підприємства, чи для дослідження інвесторами (акціонерами, комерційними банками, венчурними підприємствами тощо);

3) на цьому етапі відбувається **збір інформації для написання бізнес-плану**, тут виявляють необхідні та можливі джерела інформації, потрібної для розробки бізнес-плану, накопичують масив інформації для початку роботи над бізнес-планом.

4) на останньому етапі необхідно **вибрати структуру бізнес-плану і приступити до написання тексту пояснювальної записки**.

Обсяг та ступінь конкретизації розділів бізнес-плану визначаються специфікою підприємства, напрямками його діяльності, цілями підприємництва, масштабами бізнесу, а також залежать від потенційних споживачів.

Структура бізнес-плану не є сталою, а залежить від багатьох факторів (призначення бізнес-плану, виду бізнесу, масштабів підприємства, його юридичного статусу та ін.).

У зв'язку з цим **пропонується приблизна рекомендована структура бізнес-плану**, яка, однак, може змінюватися в залежності від зовнішніх і внутрішніх параметрів функціонування підприємства:

1. **Титульний лист**, який містить заголовок плану, дату його підготовки, відомості про того, хто підготував цей бізнес-план, повну назва та адресу підприємства або підприємця, для кого підготовлено бізнес-план тощо.

2. **Резюме**. Це перший розділ бізнес-плану, але пишеться він в останню чергу, вже після того, як бізнес-план повністю підготовлено, всі його розділи прочитані. Резюме повинно бути коротким, бажано на одну сторінку. Прочитавши резюме, потенційні інвестори повинні зрозуміти базові ідеї та перспективи бізнесу підприємства та швидко вирішити, чи варто витратити додатковий час на читання бізнес-плану та свої гроші для інвестування в бізнес.

Структура резюме містить суть проєкту (його цілі та потенційну ефективність), можливість реалізації проєкту в конкретних ринкових умовах, хто та як буде здійснювати бізнес-проєкт, вид діяльності, прогноз попиту, вартість проєкту та джерела фінансування проєкту, потенційні вигоди від інвестування в проєкт (обсяг продажу, витрати виробництва та збуту, норми прибутку, рівень рентабельності, терміни окупності та повернення інвестованих коштів).

3. **Аналіз галузі**. Описуючи галузь, важливо показати абсолютні розміри ринку, дослідити можливість розширення ринку, показати основні групи споживачів. Треба визначити чуттєвість ринку до внутрішніх та зовнішніх факторів, схильність до циклічних та сезонних коливань. Необхідно описати долю ринку, яку захопили конкуренти, сегменти, на які вони орієнтуються, врахувати інші галузеві фактори.

В цьому розділі важливо зробити висновок про загальну привабливість ринку. Якщо вона є задовільною, треба визначити свою потенційну долю, дати прогноз продажу продукції тощо.

4. **Оцінка конкурентів та вибір стратегії**. В цьому розділі необхідно проаналізувати основних конкурентів та виробників аналогічної продукції. Це можуть бути нові (потенційні) конкуренти, які працюють на ринку, конкуренція з боку товарів-замінників, постачальників (продавців), клієнтів (покупців). Описавши конкурентів, слід зазначити позитивні та негативні якості їх товару та описати унікальні властивості продукції чи послуги, що пропонується випускатися нашим підприємством.

Будь-яке підприємство, окрім монополіста, у своїй діяльності повинне враховувати присутність та реакцію конкурентів. **Максимальна ціна може визначатися попитом, а мінімальна — витратами**, і різниця між ними є «полем гри», на якому приймаються рішення про рівень цін, вивчаються якості, кількість та ціни конкурентів. Лише вивчивши характеристики аналогічних конкурентних товарів, підприємство може об'єктивно визначити положення свого товару стосовно товарів конкурентів. Проаналізувавши характеристики своєї та чужої продукції, підприємство може встановити вищу чи нижчу ціни, порівняно з конкурентами, запропонувати додаткові послуги та знижки, спрогнозувати можливі реакції у відповідь на появу нового товару з відповідною ціною. Фірма, яка прагне успішно працювати, особливо у галузі, де рішення конкурентів є вагомими, повинна слідкувати за їх діями, аналізувати якості та ціни.

5. **План виробництва**. Головна задача цього розділу — довести потенційним партнерам, що підприємство може реально виробляти необхідну кількість товарів у необхідні строки та в потрібній кількості, що воно зможе виконувати планові поставки продукції. Розділ повинен містити економічні розрахунки витрат виробництва, наявні виробничі потужності та виробничі

площі. Окрім цього, повинні бути описані:

- основні методи виробництва та технології;
- загальна структура виробничого процесу;
- сировина, необхідні матеріали та комплектуючі;
- потужності, необхідні для організації виробництва;
- методи контролю якості;
- опис обладнання, як існуючого, так і необхідного; за якими ознаками його обрали, де намічається придбати;
- місцезнаходження виробництва, вимоги до виробництва з боку місцезнаходження та географічних умов;
- робоча сила, що є необхідною для здійснення виробництва сьогодні та в майбутньому; чи відповідає кваліфікація робітників можливостям та специфіці обладнання тощо.

6. **План маркетингу** повинен розкривати політику підприємства в сфері збуту продукції та послуг, політики ціноутворення, рекламної стратегії, що дозволить досягнути запланованих обсягів продажу та зайняти достойну нішу на ринку. Вибір маркетингової стратегії є визначальним на всіх стадіях бізнесу – від появи продукції на ринку до її продажу та післяпродажного обслуговування. Для обговорення проєкту з майбутніми партнерами або інвесторами намічаються конкретні принципи розповсюдження продукції, методи визначення цін, рівень рентабельності на вкладений капітал та інші питання маркетингової політики. Багато уваги при цьому приділяється опрацюванню питань якості продукції. Значну, а на деяких сегментах ринку вирішальну роль відіграє розробка дизайну та упаковки, які дозволяють залучити покупців на ринок.

Для цього маркетинговий план повинен охоплювати всі елементи маркетингу та відповідати на наступні питання:

- яка потенційна місткість ринку за конкретним товаром, які умови конкуренції, на яку частку ринку претендує підприємство (за рівнем доходів, демографічній ознаці, поведінковим принципам та ін.), які основні сегменти ринку та на який з них орієнтується підприємство;
- яку ціну готовий прийняти покупець, яку використати політику цін при виході на ринок та завоювання позицій на ньому, яку реакцію можна очікувати з боку конкурентів, який чистий дохід приносить обрана політика цін; яку передбачити систему знижок покупцям, не втрачаючи частини прибутку;
- які канали розповсюдження товарів — власні фірмові магазини, торгівельні представники, дистриб'ютори; коли вони почнуть працювати; обсяг роздрібного та оптового продажу;
- міри по ефективному просуванню товарів — реклама, стимулювання збуту, пропаганда, власний продаж, який бюджет фінансування просування товарів;
- який бюджет витрат на маркетинг, очікуваний ефект.

Успішність діяльності підприємства багато в чому залежить від правильно здійсненого стратегічного вибору.

Стратегічний вибір — це процес комплексного ухвалення рішення щодо генерації низки стратегічних альтернатив, які відповідають місії підприємства на ринку, його внутрішнім сильним та слабким сторонам, зовнішнім можливостям та загрозам, вибору оптимального набору стратегічних зон господарювання (СЗГ).

Формування стратегії передбачає:

- сегментування ринку, тобто виділення окремих груп споживачів;
- вибір цільових ринків (визначення цільових сегментів, на які підприємство збирається орієнтувати свою діяльність);
- позиціонування товару на ринку, а саме визначення місця товару серед конкуруючих товарів;
- визначення конкурентів, з якими конкуруватиме підприємство;
- визначення конкурентних переваг.

З вищевикладеного стає зрозуміло, що конкуренція є частиною маркетингового середовища підприємства, тому вона завжди повинна бути предметом ґрунтовного вивчення та оцінювання. Вивчення сукупності суб'єктів ринку та їхніх відносин, які складаються у процесі конкурентної боротьби і які визначають інтенсивність конкуренції, являє собою дуже важливий, з практичного

погляду, напрям маркетингових досліджень.

7. **Організаційний план** знайомить із формою власності, питаннями керування, розподілення повноважень та відповідальності, типом організаційної структури підприємства.

Орієнтиром для складання цього розділу бізнес-плану є:

- форма власності підприємства;
- скільки акцій випущено та скільки пропонується випустити;
- основні положення про права голосування, процедуру виплати дивідендів, фінансову конверсію для кожного класу акцій;
- склад ради директорів та правління, короткі біографічні довідки, посада, кваліфікація, досвід роботи, освіта;
- організаційна структура підприємства, способи взаємодії підрозділів один з одним тощо.

8. **Фінансовий план** — найважливіша складова частина бізнес-плану. В даному розділі здійснюється фінансовий аналіз та оцінюється потенціал проєкту, а також календарний графік його фінансування з прямою прив'язкою до комерційної та виробничої діяльності підприємства.

Метою фінансового аналізу підприємства, що реалізує проєкт, є визначення рентабельності й ефективності проєкту з погляду інвесторів, а також оцінка поточного й прогнозованого фінансового стану підприємства.

Етапи проведення фінансового аналізу:

1. Аналіз фінансового стану підприємства, яке реалізує проєкт.
2. Прогноз обсягів реалізації продукції проєкту.
3. Оцінка інвестиційних витрат і розрахунок поточних витрат за проєктом.
4. Прогнозування прибутків.
5. Прогноз грошових потоків (узагальнення попередніх розрахунків, забезпечення необхідних сум коштів в обороті на певні дати, уточнення структури капіталу проєкту).
6. Прогноз бухгалтерського балансу (відображає припустимий розвиток накопичуваних активів і джерела їх формування).
7. Визначення потреб у фінансуванні, вибір джерел та організація фінансування, спрямованого на забезпечення потоку інвестицій, необхідного для планомірного виконання проєкту.
8. Розрахунок показників ефективності проєкту з урахуванням ризиків та невизначеності.
9. Узгодження у часі припливу коштів (оплачений акціонерний капітал, довгострокові і короткострокові позички, надходження від реалізації продукції, кредиторська заборгованість) та їх відтоку (витрати, пов'язані з інвестиціями та експлуатацією підприємства).

Потреба у фінансовому плані викликана наступними причинами:

- тільки фінансова оцінка дозволяє через зведення у вартісну форму всіх проєктних вигод і витрат створити реальну можливість для вибору найбільш ефективного варіанта з наявних інвестиційних альтернатив;
- у процесі такого аналізу відпрацьовується найбільш ефективна схема фінансування реалізації конкретного проєкту з урахуванням діючої системи оподаткування і можливих пільг, джерел і умов фінансування й ін.;
- у процесі підготовки й здійснення попередніх розрахунків для фінансового аналізу відбуваються ідентифікація і вартісне відбиття усіх видів факторів проєкту, що формує базу для аналізуючості;
- створюється можливість для прогнозування майбутнього фінансового стану підприємства, що реалізує проєкт, на основі розробки стандартних форм зовнішньої фінансової звітності, що у свою чергу дозволить відобразити роль проєкту у створенні нових інвестиційних можливостей;
- розробка прогнозних стандартних форм бухгалтерської звітності по проєкту (особливо коли підприємство створено для реалізації проєкту) дозволяє проводити зовнішній аудит процесу його здійснення, що особливо важливо для сторонніх інвесторів;
- підготовка всього комплексу інформації для проведення фінансових розрахунків дозволяє проводити внутрішній аудит на основі зіставлення проєктованих і звітних даних для прийняття оперативних управлінських рішень із метою зниження негативного впливу змін, що відбулися, у внутрішньому чи зовнішньому середовищі проєкту.

Прогноз фінансових результатів полягає у визначенні прибутковості проєкту. Вирішальним із розроблювальних проєктів є прогноз реалізації. В даному підрозділі використовуються заздалегідь складені прогнози розмірів збуту. Одночасно повинні передбачатися асигнування на покриття виробничих витрат. Матеріальні, трудові, виробничі потреби повинні бути визначеними та переведеними у вартісну форму. Бажано розділення цих витрат на постійні та змінні. При визначенні ефекту від продажу враховуються виробничі витрати на придбання обладнання.

В бізнес-плані повинен бути підрахованим фінансовий підсумок, чи буде отримано підприємством прибуток, скільки грошей підприємство буде мати після всіх виробничих витрат.

Проект розподілення грошових потоків аналізує джерела та використання готівки та відповідає на три ключових питання:

- яку кількість готівки підприємство генерувало за минулий період;
- які джерела готівки (звідки поступив грошовий капітал);
- як підприємство використало свою готівку.

В цьому ж розділі подається програма інвестування та термін окупності інвестицій.

9. Оцінка ризиків та страхування. Завершується розробка бізнес-плану оцінкою ризиків та їх страхування. Чи в змозі буде підприємство ефективно працювати при зміні зовнішніх умов, який запас його фінансової стійкості? Поняття ризику, його оцінки, прогнозування та навіть керування ними — таким є зміст розділу. В розділі повинна бути відповідь на запитання: як зменшити ризики та втрати? Він повинен складатися з двох частин: в першій — досліджуються види ризиків, що можуть виникнути, у другій — розкривається програма страхування від ризиків.

Традиційно розглядають такі види ризиків:

- **ринковий ризик:** чи буде в майбутньому існувати ринок; чи буде ринок зростати такими темпами, які будуть сприяти бізнесу підприємства; чи є валовий прибуток достатнім для підприємства;

- **ризик конкурентних технологій:** чи зможе конкурент розробити технологію, яка перевершить технологію підприємства; чи може будь-яка нова технологія перешкодити підприємству успішно виконати намічене;

- **ризик завершення:** чи достатньо надійним є запропонований проєкт, технологія або предмет діяльності, щоб усе спрацювало так, як намічається;

- **зовнішній ризик:** яка вірогідність того, що хтось або щось зупинить або уповільнить роботу підприємства; які є пропозиції по вирішенню цих проблем, якщо вони виникнуть;

- **внутрішній ризик:** чи достатньо персоналу, щоб підприємство було здатним нормально функціонувати;

- **ресурсний ризик:** чи буде мате місце достатня кількість клієнтів, матеріалів або продукції впродовж періоду, суттєво перевищуючого терміни погашення витрат фінансових ресурсів; чи достатньо у партнерів фінансів, людських, інтелектуальних ресурсів для повного завершення наміченого проєкту;

- **ризик капітальних вкладень:** чи зможе інфляція, зміна валютних курсів або політика уряду суттєво вплинути на вартість інвестицій; яка вірогідність того, що в результаті цих змін підприємство повністю або частково втратить свій капітал.

Відповідно, підсумовуючи, можна стверджувати, що підприємства, які хочуть успішно працювати, мусять розробити бізнес-план, який підтверджує необхідність, реальність та ефективність створення нової продукції чи послуги, яка матиме попит і її реалізація в кінцевому результаті принесе прибуток як інвесторам, так і самому підприємству.

ТЕМА №3.3

«ПЛАНУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ І ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»

План:

1. Економічна сутність та об'єктивна необхідність інноваційної діяльності підприємства
2. Чинники активізації інноваційної діяльності підприємства. Показники оцінки інноваційної активності підприємства
3. Поняття інвестицій та інвестиційної діяльності підприємства
4. Класифікація інвестицій
5. Методи фінансування інвестиційної діяльності. Реальні інвестиції

ЗМІСТ

1. Економічна сутність та об'єктивна необхідність інноваційної діяльності підприємства

Розвиток окремих підприємств і економіки країни в цілому може відбуватись трьома шляхами:

- **екстенсивним**, що передбачає нарощування кількісних факторів розвитку (обсягів виробництва, залучених ресурсів, кількості робочих місць);

- **інтенсивним**, що базується на використанні досягнень науки і техніки для удосконалення конструкції і технології виробництва традиційних (модернізованих) продуктів з метою зниження собівартості їх виробництва, підвищення якості, а тому — і підвищення конкурентоспроможності;

- **інноваційним**, який передбачає безупинне оновлення асортименту продукції і технології її виробництва, удосконалення системи управління виробництвом і збутом.

Інновації — один із найвагоміших чинників, які дозволяють підприємству отримувати перевагу над конкурентами за тим видом економічної діяльності, що є сферою їх комерційних інтересів, та посідати стійкі ринкові позиції, розширюючи ринки збуту продукції, завойовуючи нові сегменти ринку, займаючи домінуюче положення на ринку нової продукції у випадку освоєння принципово нових нововведень, що безпосередньо пов'язане з можливістю отримання підприємством значно більших прибутків, ніж інші підприємства.

Інновація — це кінцевий результат діяльності зі створення, використання і поширення нововведень, втілених у вигляді нових або удосконалених продуктів (виробів та послуг), технологій їх виробництва, методів управління на всіх стадіях виробництва і збуту, що сприяють розвитку і підвищенню ефективності функціонування підприємств, які їх використовують.

Під **нововведенням** розуміється будь-який винахід, спосіб, метод, порядок. Нововведення можуть оформлятися у вигляді: відкриттів, винаходів; патентів; товарних знаків; раціоналізаторських пропозицій; документації на новий або удосконалений продукт, технологію, управлінський або виробничий процес; організаційної, виробничої або іншої структури; «ноу-хау»; понять; наукових підходів або принципів; документа (стандарту, рекомендацій, методики, інструкцій і т. ін.); результатів маркетингових досліджень тощо.

Впровадження і використання нововведення у господарській практиці перетворює його у форму новації. **Новація (новизна)** — це нова продукція (техніка), технологія, що можуть бути кінцевим результатом науково-технічної творчості, реалізації певної ідеї, винаходу, а також метод, що змінює середовище, які не комерціалізовані та не спожиті.

В подальшому із значним поширенням новація видозмінюється, набуваючи форми інновації.

Диференціація і співвідношення нововведення, новації та інновації, згідно їх основних характеристик, наведені в таблиці 1.

Інновація відображається у вигляді наукових, технічних, організаційних чи соціально-економічних новинок, котрі можуть бути отримані на будь-якому етапі інноваційного процесу.

Таблиця 1 – Основний зміст і властивості нововведень, новацій та інновацій

Категорії	Стадія виробничого циклу	Зміст	Властивості
Нововведення	Початкова	Новий спосіб, відкриття, ноу-хау, винахід, патент	Наявність новизни
Новація	Проміжна	Використання нововведення	Новизна, матеріалізація
Інновація	Кінцева	Поширення нововведення	Новизна, матеріалізація, поширення, комерціалізація

Інноваційний процес — це сукупність комплексних, постійно здійснюваних у просторі та часі, прогресивних, науково-технічних, організаційних і соціально-економічних оновлень, що сприяють підвищенню ефективності суспільного виробництва та вирішенню соціальних і екологічних проблем. Таким чином, інноваційний процес пов'язаний зі створенням, освоєнням і поширенням інновацій, який поєднує науку, техніку, економіку, підприємництво та управління у єдине ціле для одержання економічного ефекту і покращення задоволення суспільних потреб.

Інноваційний процес включає в себе всі види наукової, науково-технічної й інноваційної діяльності в їх послідовному і пропорційному співвідношенні.

Наукова діяльність — це діяльність, спрямована на одержання нових знань про матеріальний світ або об'єктивну дійсність (природне середовище, людину).

Науково-технічна діяльність — це діяльність, спрямована на одержання нових знань про об'єктивну реальність для вирішення технічних, технологічних, економічних, екологічних, соціальних та інших практичних проблем для забезпечення функціонування науки, техніки й виробництва як єдиної системи.

У широкому розумінні **інноваційна діяльність підприємства** — це комплексний процес створення, використання, розповсюдження і комерціалізації інновацій з метою отримання конкурентних переваг і підвищення ефективності господарської діяльності.

З погляду конкретних підприємств, інноваційну діяльність необхідно розглядати як один з основних засобів їх адаптації до постійних змін умов зовнішнього середовища. Таким чином, сутністю інноваційної діяльності та інновацій є зміни, суспільний техніко-економічний процес, що призводить до створення кращих за своїми властивостями товарів (продукції, послуг) і технологій шляхом практичного використання нововведень, і який є джерелом доходу.

Тому інноваційна діяльність підприємства є особливим процесом організації господарювання, що оснований на постійному пошуку нових можливостей покращення техніко-технологічних, організаційних і інших факторів виробництва. Інноваційна діяльність пов'язана з готовністю суб'єкта господарювання (фізичної або юридичної особи) брати на себе весь ризик із її здійснення, а також фінансову, моральну і соціальну відповідальність, що при цьому виникає.

В інноваційній діяльності важливо враховувати життєвий цикл інновацій — відрізок часу, коли нововведення проходить шлях від виникнення ідеї до його комерціалізації, за якого спостерігається активний попит населення на дане нововведення, після чого відбувається перехід нововведення до розряду буденних виробів, процесів, продуктів. У цьому випадку підприємству, для того щоб і надалі мати конкурентні переваги, необхідно своєчасно згорнути вже неефективне нововведення (яке не має активного попиту споживачів) і розпочати впровадження нового нововведення. З впровадженням нового нововведення закінчується життєвий цикл попереднього. З урахуванням послідовності проведення робіт життєвий цикл інновації розглядається як інноваційний процес.

Об'єктивна необхідність інноваційної діяльності підприємств зумовлена такими обставинами:

- по-перше, світовий ринок товарів, послуг заповнений і зайняти в ньому місце можна лише формуючи власну нішу ринку для нового товару;

- по-друге, конкурентоздатність інноваційного продукту або послуги, технології їх виробництва — важливі складові інтегрованої властивості господарської системи — економічної стійкості в умовах невизначеного ринкового середовища;

- по-третє, інноваційний тип розвитку найбільшою мірою відповідає наростаючій світовій тенденції індивідуалізації потреб і, отже, споживчих якостей товарів;

- по-четверте, сучасна конкуренція знаходиться в особливому співвідношенні зі своєю протилежністю-монополією; це співвідношення стає все більш динамічним, що потребує інноваційної стратегії поведінки на ринку і в значній мірі визначає стійкі позиції на ньому господарюючого суб'єкта.

Суб'єктами інноваційної діяльності є фізичні та юридичні особи або іноземних держав, особи без громадянства, а також об'єднання юридичних та фізичних осіб, які здійснюють інноваційну діяльність і (або) залучають майнові й інтелектуальні цінності, вкладають власні чи запозичені кошти в реалізацію інноваційних проєктів. До них належать усі учасники інноваційного процесу, інвестори, розробники, виробники, постачальники, збутові організації, споживачі тощо.

Об'єктами інноваційної діяльності є (ст. 4 ЗУ «Про інноваційну діяльність»):

- інноваційні програми і проєкти;
- нові знання та інтелектуальні продукти;
- виробниче обладнання та процеси;
- інфраструктура виробництва і підприємництва;
- організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру і якість виробництва і (або) соціальної сфери;
- сировинні ресурси, засоби їх видобування і переробки;
- товарна продукція;
- механізми формування споживчого ринку і збуту товарної продукції.

Підприємство (об'єднання підприємств) будь-якої форми власності, в якому понад 70 відсотків обсягу розробленої, виробленої і реалізованої продукції (у грошовому вимірі) за звітний період є інноваційні продукти і (або) інноваційна продукція чи послуги визнається **інноваційним підприємством** (ст. 1 ЗУ «Про інноваційну діяльність»).

Інноваційним продуктом визначається результат виконання інноваційного проєкту, науково-дослідної і (або) дослідно-конструкторської розробки нової технології чи продукції з виготовленням експериментального зразка чи дослідної партії, що відповідає таким вимогам:

- є реалізацією об'єктів інтелектуальної власності (винаходів, корисних моделей, промислових зразків тощо), на які його виробник має державні охоронні документи (патенти, свідоцтва) чи одержані від власників цих об'єктів інтелектуальної власності ліцензії, або він є впровадженням відкриттів;

- його розробка підвищує вітчизняний науково-технічний і технологічний рівень;

- вироблено вперше, або якщо не вперше, то порівняно із аналогічним продуктом, представленим на ринку, він буде конкурентоздатним і матиме суттєво вищі техніко-економічні показники.

Інноваційною продукцією є нові конкурентоздатні товари чи послуги, а також ті, що вироблені не вперше, але є конкурентоздатними і мають суттєво вищі техніко-економічні показники порівняно з аналогічною продукцією, представленою на ринку, що отримані у результаті виконання інноваційного проєкту чи застосування інноваційного продукту.

Інноваційний проєкт розглядається як комплект документів, що визначає процедуру і комплекс усіх необхідних заходів (в тому числі інвестиційних) щодо розробки, виробництва і реалізації інноваційного продукту та (або) інноваційної продукції.

Інноваційне підприємство може функціонувати у вигляді **бізнес-інкубатора, технополісу, технопарку, венчурного підприємства**.

Бізнес-інкубатор — це структура, що спеціалізується на наданні інноваційних послуг щодо реалізації інноваційних проєктів і на створенні сприятливих умов для ефективної діяльності малих інноваційних підприємств, які розробляють оригінальні науково-технічні ідеї.

Технополіс — це цілісна науково-виробнича структура (науково-промисловий комплекс),

створена для виробництва нової прогресивної продукції або розробки нових наукомістких технологій на базі науково-виробничого та трудового потенціалів окремого міста, в економіці якого провідну роль відіграють технопарки, бізнес-інкубатори, вищі навчальні заклади та науково-технічні центри.

Технологічний парк — це юридична особа або група юридичних осіб, що уклали договір про спільну діяльність без створення юридичної особи та об'єднання вкладів учасників для створення організаційних засад забезпечення діяльності, спрямованої на виконання інноваційних та інвестиційних проєктів з виробничого впровадження наукомістких розробок, прогресивних технологій і забезпечення промислового випуску продукції, конкурентоспроможної на світовому ринку.

Венчурні підприємства — це фінансові організації, що спеціалізуються на інвестиціях у власний капітал компаній і в інші види довгострокового фінансування підприємств, звичайно таких, котрі не мають тривалої історії розвитку, але з перспективою значного росту.

Здебільшого вони представлені малими підприємства в галузі наукових досліджень, інженерних розробок, створення і впровадження нововведень ризикового характеру.

Інноваційна діяльність переслідує одну або декілька головних суспільних цілей і, зокрема, може здійснюватися з метою або одержання прибутку, або зниження витрат на виробництво, або досягнення соціального ефекту.

Основними завданнями інноваційної діяльності підприємства є:

- прискорення темпів науково-технічного прогресу;
- розробка конструкцій і технології виробництва продукції, що користується сталим довгостроковим попитом на ринку;
- поліпшення споживчих властивостей і якості постійно створюваної продукції, зниження її ціни на одиницю корисного ефекту за рахунок підвищення рівня стандартизації й уніфікації, технологічності конструкції, застосування прогресивної технології, удосконалення організації праці, виробництва й управління;
- зниження витрат у процесі створення і виробництва нової продукції за рахунок підвищення продуктивності праці, зменшення непродуктивних витрат, більш повного використання резервів, скорочення тривалості циклу «дослідження — виробництво — експлуатація»;
- освоєння виробництва нової продукції в необхідний термін;
- забезпечення оптимальних соціально-психологічних і організаційно-економічних умов учасникам процесу створення нової продукції;
- удосконалення підготовки та перепідготовки кадрів тощо.

Результатом інноваційної діяльності є підвищення конкурентоспроможності продукції, успішна її реалізація на внутрішньому та зовнішньому ринках

2. Чинники активізації інноваційної діяльності підприємства. Показники оцінки інноваційної активності підприємства

Будь-які масштабні економічні перетворення залишаються незавершеними без налагодження ефективного вітчизняного виробництва, здатного мобілізувати внутрішні резерви виготовлення конкурентоспроможної продукції. У зв'язку з цим вирішального значення набуває активізація інноваційної діяльності вітчизняних підприємств.

Основними чинниками, що гальмують інноваційну діяльність вітчизняних підприємств, є: обмежене, або й відсутнє фінансування, високі кредитні ставки. Саме ці чинники визначають темпи та ефективність інноваційної діяльності, а тому їх варто враховувати при вирішенні проблем регулювання та активізації інноваційної діяльності суб'єктів господарювання.

Чинники активізації інноваційної діяльності підприємства варто розглядати на рівні держави (макрорівень) та власне підприємства (мікрорівень).

Складовими механізму активізації інноваційної діяльності на державному макрорівні є:

- **пряме державне стимулювання НДДКР, розподіл державних ресурсів** (замовлень, грантів, кредитів) між різними сферами наукових досліджень і розробок залежно від структури державних наукових пріоритетів, виконання досліджень і розробок у державних наукових центрах;

- **непряме державне стимулювання науки та освоєння її досягнень у державному й приватному секторах економіки** за допомогою податків, амортизаційної, антимонопольної, патентної, зовнішньоторговельної політики і особливо шляхом підтримки малого бізнесу;

- **формування сприятливого інноваційного клімату** в економіці та інфраструктури забезпечення досліджень і розробок.

Чинники активізації інноваційної діяльності власне підприємства, тобто на мікрорівні також включають методи прямого, непрямого і негативного стимулювання в масштабах самого підприємства (табл. 2)

Таблиця 2 – Методи стимулювання інноваційної активності на мікро- і макрорівнях

Методи стимулювання Рівні стимулювання	Пряме стимулювання	Непряме стимулювання	Негативне стимулювання
Макрорівень	Державні інноваційні програми та цільові проєкти, держзамовлення, держконтракти, гранти, держкредити, страхування ризиків, інші.	Податкова, амортизаційна, антимонопольна, патентна, зовнішньоторгівельна політики, підтримка малого бізнесу, інформаційно-консультативна підтримка, інфраструктурне забезпечення досліджень і розробок, інші.	Обмеження чи заборона використання іноземних інвестицій у певні види економічної діяльності або об'єкти інноваційної діяльності, запровадження державних санкцій за випуск застарілої продукції, інші.
Мікрорівень	Підвищення рівня заробітної плати, встановлення надбавок і премій, надання різноманітних пільг, формування заохочення, інші.	Надання наукової самостійності дослідникам, свобода спілкування між спеціалістами, терпимість до невдач, заохочення новаторської ініціативи, професійне зростання, формування суспільної думки, забезпечення максимально сприятливого середовища для наукового пошуку, інші.	Зменшення заробітної плати, переведення працівника на нижчу посаду, позбавлення пільг, інші.

Показники оцінки інноваційної активності підприємства

Оцінити активність інноваційної діяльності підприємства можливо за наступними показниками:

а) **коефіцієнт наукомісткості виробництва** (K_n), котрий визначається як співвідношення витрат на інновації до загальної суми витрат виробництва:

$$K_n = V_i / V_z, \quad (1)$$

де V_i — обсяг витрат на інноваційну діяльність;

V_z — загальна сума витрат виробництва.

б) **коефіцієнт використання власних розробок** ($K_{вл.р.}$):

$$K_{вл.р.} = N_{в.вл.} / N_{заг.вл.}, \quad (2)$$

де $N_{в.вл.}$ — кількість впроваджених власних розробок, од.;

Нзаг.вл. — загальна кількість власних розробок, од.

Цей показник дає змогу визначити ефективність власних розробок підприємства і показує рівень власного наукового забезпечення інноваційної діяльності. Головну увагу керівники підприємств повинні при цьому звертати на якнайшвидшу активізацію винахідницько-раціоналізаторської роботи, що може забезпечити високий рівень даного коефіцієнта;

в) **коефіцієнт використання результатів придбаних розробок** (Кпр.р.):

$$K_{пр.р.} = N_{в.пр.} / N_{заг.пр.}, \quad (3)$$

де N_{в.пр.} — кількість впроваджених придбаних розробок, од.;

N_{заг.пр.} — загальна кількість придбаних розробок, од.

Цей показник дає змогу визначити ефективність використання придбаних науково-дослідних розробок сторонніх організацій та характеризує вклад у забезпечення ефективності інноваційної діяльності ззовні;

г) **коефіцієнт співвідношення між власними і придбаними розробками** (Ксп):

$$K_{сп} = N_{заг.вл.} / N_{заг.пр.} \quad (4)$$

За даним показником можна робити висновки щодо темпів здійснення прикладних досліджень на підприємстві. При цьому оцінку рівня активності в інноваційній (науковій) діяльності передбачається проводити за шкалою, що відображає три рівні (табл. 3).

Таблиця 3 – Шкала визначення рівня активності інноваційної діяльності підприємства

Рівні активності інноваційної діяльності підприємства	Коефіцієнт співвідношення між власними і придбаними розробками ($K_{сп}$)
низький	менший за 1
середній	близький до 1
високий	більший за 1

Якщо даний коефіцієнт менший за 1, то це свідчення низької активності власного колективу підприємства в інноваційній діяльності.

Якщо ж він дорівнює або близький до 1, то для підприємства характерний середній рівень активності, а якщо більший за 1, то підприємство має високий рівень активності інноваційної діяльності.

2. Поняття інвестицій та інвестиційної діяльності підприємства

Інвестиції це усі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької діяльності, в результаті чого створюється прибуток (дохід) або досягається соціальний ефект.

Такими цінностями є: кошти, цільові банківські вклади, паї, акції та інші цінні папери; рухоме та нерухоме майно; майнові права, що випливають з авторського права, досвід та інші інтелектуальні цінності; сукупність технічних, комерційних та інших знань, оформлених у вигляді технічної документації, навичок та виробничого досвіду, необхідних для організації того чи іншого виду виробництва, незапатентованих; права користування землею, водою, ресурсами, будинками, а також інші майнові права.

Практичне здійснення інвестицій забезпечується інвестиційною діяльністю.

Інвестиційна діяльність — комплекс заходів і дій фізичних та юридичних осіб, які вкладають власні кошти (у матеріальній, фінансовій або іншій майновій формі) з метою отримання прибутку.

Інвестиційна діяльність здійснюється на основі:

- інвестування, яке здійснюється громадянами, недержавними підприємствами, господарськими асоціаціями, а також громадськими та релігійними організаціями;

- державного інвестування, яке здійснюється органами державної влади за рахунок державного бюджету, позабюджетних фондів і позичкових коштів, а також державними підприємствами;

- іноземного інвестування, яке здійснюється іноземними державами, юридичними та фізичними особами;

- спільного інвестування, яке здійснюється громадянами та юридичними особами України та

інших держав.

Однією із форм інвестиційної діяльності є **інноваційна діяльність**, яка здійснюється з метою впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво і соціальну сферу.

Механізм реалізації інвестиційної діяльності, що безпосередньо орієнтований на обґрунтування доцільності інвестицій та їх реалізацію є інвестиційним процесом.

Стадіями інвестиційного процесу, є такі:

1) **мотивація інвестування**. Основними мотивами інвестування є: надлишок певних ресурсів у суб'єкта господарювання та життєздатна, обґрунтована та приваблива інвестиційна ідея.

2) **проведення передінвестиційних досліджень**. На цьому етапі здійснюється прогнозування інвестицій, визначаються обсяги майбутніх інвестицій та можливі ризики за конкретними напрямками інвестування.

3) **обґрунтування доцільності інвестицій**. У цьому разі визначаються кількісні показники щодо реалізації інвестицій.

4) **фінансове забезпечення інвестиційного процесу**. На цьому етапі визначаються основні джерела фінансування, їх структура та обґрунтовуються обсяги необхідних додаткових інвестицій.

5) **страхування інвестицій** передбачає пошук шляхів мінімізації можливих ризиків реалізації інвестиційного задуму в цілому щодо зовнішнього середовища учасників інвестиційного процесу.

6) **інвестиційне проєктування**. На цьому етапі має місце уточнення та конкретизація мети та завдань проєкту, його розробка за обраним напрямом та доведення життєздатності порівняно з іншими альтернативами досягнення поставленої мети, обґрунтовується початкова вартість проєкту.

7) **ресурсне забезпечення інвестиційного проєкту**. Обґрунтовується політика ціноутворення та визначаються напрями забезпечення інвестицій матеріально-технічними ресурсами в необхідному обсязі.

8) **капіталізація інвестицій**. На цьому етапі інвестиційного процесу здійснюється безпосереднє освоєння необхідних інвестицій та створюється відповідний об'єкт.

9) **експлуатація створеного об'єкту**. Для **реальних інвестицій** — підготовка до виробництва продукції проєкту, попередня здача та прийом об'єкту в експлуатацію та остаточний вихід на повну проєктну потужність; для **фінансових** — отримання прав володіння відповідним інструментом фондового ринку; для **інноваційних** — комерціалізація новацій.

10) **додаткові вкладення в підтримання життєздатності та конкурентоспроможності об'єкту інвестицій** на основі моніторингу інвестиційного ринку, а також появу нової інвестиційної ідеї, що забезпечить створення нового об'єкту, а отже новий інвестиційний процес..

У найзагальнішому розумінні, інвестиційний процес визначається як ряд повторюваних інвестиційних циклів. Кожен інвестиційний цикл — це процес створення та використання інвестиційних ресурсів за визначений період часу, тобто комплекс дій від моменту прийняття рішення про інвестування до завершальної стадії інвестиційного проєкту, наприклад, науково-дослідні роботи, прийняття інвестиційних рішень, проєктування, підготовка до будівництва, будівництво, вихід на проєктні показники.

Інвестори — суб'єкти інвестиційної діяльності, які приймають рішення про вкладення власних, позикових або залучених майнових та інтелектуальних цінностей в об'єкти інвестування з метою отримання вигід від експлуатації створеного об'єкта. Інвестори можуть виступати в ролі вкладників, кредиторів, покупців, а також виконувати функції будь-якого учасника інвестиційної діяльності.

Учасники інвестиційної діяльності — громадяни та юридичні особи, що забезпечують реалізацію інвестицій як виконавці замовлень чи на підставі доручення інвестора.

Об'єктами інвестування є реальні інвестиційні проєкти у нові або існуючі підприємства чи виробництва, об'єкти нерухомості, нова продукція, різні фінансові інструменти, які є предметом інвестування.

Взаємозв'язок суб'єктів і об'єктів інвестиційної діяльності проілюстровано на рис. 1.



Рис. 1 – Схема інвестиційної діяльності підприємства

Основою метою інвестування є нарощення вкладених в об'єкти підприємницької діяльності цінностей. Досягнення цієї мети забезпечується розробленням та реалізацією інвестиційної стратегії підприємства.

Інвестиційна стратегія — це один із найважливіших видів функціональної стратегії підприємства, що забезпечує усі основні напрямки розвитку інвестиційної діяльності та інвестиційних відносин шляхом формування системи довгострокових цілей інвестиційної діяльності, вибору найефективніших шляхів їх досягнення, адекватного коригування напрямків формування і використання інвестиційних ресурсів при зміні умов зовнішнього середовища.

Формування інвестиційної стратегії є першим етапом процесу управління інвестиційною діяльністю підприємства.

Процес формування інвестиційної стратегії підприємства складається з низки етапів:

1. Визначення загального періоду формування інвестиційної стратегії.
2. Дослідження чинників зовнішнього інвестиційного середовища підприємства та кон'юнктури інвестиційного ринку.
3. Дослідження чинників внутрішнього середовища підприємства та особливостей, притаманних його інвестиційній діяльності. Здійснюється за допомогою методу об'єктного аналізу.
4. Формування стратегічних цілей інвестиційної діяльності підприємства повинно виходити із системи цілей загальної стратегії економічного розвитку.
5. Аналіз стратегічних альтернатив та вибір стратегічних напрямів і форм інвестиційної діяльності підприємства.
6. Формування інвестиційної політики за основними аспектами інвестиційної діяльності підприємства.
7. Визначення стратегічних напрямів формування інвестиційних ресурсів підприємства.
8. Розробка системи організаційно-економічних заходів щодо забезпечення процесу реалізації інвестиційної стратегії підприємства.
9. Оцінка результативності розробленої інвестиційної стратегії.

Реалізація цілей інвестиційної стратегії підприємства здійснюється в процесі тактичного управління інвестиційною діяльністю на основі формування інвестиційної політики підприємства.

Інвестиційна політика — це система державних рішень, які регулюють основні напрями, джерела та обсяги капітальних вкладень у галузі економіки. Метою інвестиційної політики є пошук оптимального правового регулювання інвестиційної діяльності національних та іноземних інвесторів. За допомогою інвестиційної політики держава безпосередньо може впливати на темпи й обсяг виробництва, прискорення науково-технічного прогресу, зміну структури суспільного виробництва, вирішення ряду соціальних проблем.

4. Класифікація інвестицій

Інвестиції в об'єкти підприємницької діяльності здійснюються в різних формах.

За формою одержання доходу інвестиції можна класифікувати на такі, що приносять **матеріальні вигоди**, і такі, що забезпечують **соціальні вигоди** (підвищення престижу підприємства, поліпшення умов праці та стану навколишнього середовища).

Наведемо класифікацію інвестицій з метою визначення різноманітності та особливостей ведення інвестиційної діяльності підприємства.

1. **За об'єктами вкладання коштів (майна)** розрізняють **реальні та фінансові інвестиції**.

Під **реальними інвестиціями** розуміють вкладення коштів (майна) у реальні активи — матеріальні та нематеріальні (інновації).

Фінансові інвестиції — це вкладення коштів у фінансові інструменти (активи), переважно цінні папери.

Останнім часом у науковій літературі дедалі частіше розглядається вкладення коштів у нематеріальні активи, пов'язані з науково-технічним прогресом. Такі інвестиції характеризуються як інноваційна форма інвестицій. **Виокремлюють інноваційні та інтелектуальні інвестиції**.

Інноваційні інвестиції пов'язані з реальним інвестуванням і є однією з його форм, здійснюються з метою реалізації технологічних інновацій у практичну діяльність та можуть реалізовуватися шляхом придбання готової та розроблення нової наукомісткої продукції.

Інтелектуальні інвестиції — вкладення коштів у підготовку фахівців, наукові розробки, патенти, ліцензії, ноу-хау, тобто входять до складу інноваційних інвестицій та пов'язані безпосередньо з формуванням та використанням інтелектуального капіталу.

2. **За характером участі у справах підприємства** розрізняють **прямі та непрямі (портфельні) інвестиції**.

Прямі інвестиції — це господарські операції, які передбачають внесення коштів або майна в статутний капітал юридичної особи в обмін на корпоративні права, емітовані такою юридичною особою. До прямих інвестицій можна віднести і безпосереднє внесення будь-яких цінностей на основі договору інвестицій.

До прямих відносять такі інвестиції, що формують більше 10-25% капіталу фірми та дають право на участь в управлінні підприємством.

Непрямі (портфельні) інвестиції — це господарські операції, які передбачають придбання цінних паперів та інших фінансових активів за грошові кошти на фондовому ринку. Непрямі (портфельні) інвестиції здійснюють інвестиційні та фінансові посередники.

Основною рисою портфельних інвестицій є те, що інвестор не має права на участь в управлінні підприємства, а такі інвестиції передбачають лише одержання інвестором дивідендів на акції підприємства або інші цінні папери.

3. **За періодом інвестування інвестиції поділяють на короткострокові, середньострокові та довгострокові**.

Короткострокові інвестиції — це інвестиції, на період до одного року. До них належать інвестиції у короткострокові депозитні вклади, державні та корпоративні облігації, із строком погашення до одного року та інші фінансові активи.

Середньострокові інвестиції це вкладення капіталу на термін від одного до трьох років (реальні інвестиції в швидкоокупні проекти, депозитні вклади або цінні папери з відповідним терміном погашення).

Довгострокові інвестиції — це інвестиції, на період більше трьох років, зокрема, це

вкладення в основне виробництво, інноваційну діяльність, цінні папери строком погашення більше трьох років та інше.

4. За формами власності інвесторів інвестиції поділяють на приватні, державні, іноземні та спільні.

Приватні інвестиції здійснюють фізичні особи, а також юридичні особи з приватним капіталом, **державні** — державні та місцеві органи влади, державні підприємства з бюджетних засобів, **іноземні** — фізичні та юридичні особи іноземних держав, **спільні** — суб'єкти певної держави та іноземних держав.

5. За регіональною ознакою освоєння виокремлюють інвестиції внутрішні та зовнішні (зарубіжні).

Внутрішні інвестиції — вкладення капіталу як резидентів так і нерезидентів в об'єкти інвестування, розташовані у територіальних межах певної країни.

Зовнішні інвестиції — вкладення капіталу резидентами певної країни в об'єкти інвестування, розташовані за межами її внутрішнього ринку.

6. За напрямками інвестування вирізняються інвестиції у власну діяльність (внутрішні) та інвестиції у діяльність інших суб'єктів господарювання (зовнішні).

Інвестиції у власну діяльність — вкладення капіталу інвестором у збільшення власних реальних активів.

Інвестиції у діяльність інших суб'єктів господарювання — вкладення капіталу інвестором у реальні активи інших підприємств або у фінансові інструменти, що емітуються іншими суб'єктами господарювання.

7. За рівнем прибутковості інвестиції поділяються на високо-, середньо, низько прибуткові та недохідні.

Високоприбутковими інвестиціями є такі вкладення в об'єкти інвестування, за якими забезпечується отримання очікуваного рівня чистого інвестиційного прибутку, що суттєво перевищує середню норму цього прибутку на інвестиційному ринку.

Середньоприбуткові інвестиції характеризуються тим, що вкладення капіталу здійснюється отримання очікуваного рівня чистого інвестиційного прибутку на рівні середньої норми цього прибутку на інвестиційному ринку.

Низькоприбуткові — група об'єктів інвестування, за якою очікуваний рівень чистого інвестиційного прибутку звичайно отримується на рівні значно нижчому за середню норму цього прибутку на інвестиційному ринку.

Недохідні інвестиції формує група об'єктів вкладення капіталу, вибір і здійснення яких інвестор не пов'язує з одержанням інвестиційного прибутку і метою яких є одержання позаекономічних ефектів (соціального, екологічного).

8. За джерелами фінансування інвестиційної діяльності інвестиції поділяються на такі, що здійснюються за рахунок:

- **власних фінансових ресурсів** (прибуток, амортизаційні відрахування, відшкодування збитків від аварій, стихійного лиха, грошові нагромадження і заощадження громадян тощо);

- **позичкових фінансових ресурсів інвестора** (емісія облігацій, позики, банківські та бюджетні кредити);

- **залучених фінансових ресурсів інвестора** (кошти, одержані від продажу акцій, пайові та інші внески громадян і юридичних осіб);

- **бюджетних інвестиційних асигнувань;**

- **безоплатних та благодійних внесків та різних пожертвувань.**

Наведена класифікація інвестицій відображає найбільш суттєві їх ознаки, а при необхідності вона може бути поглиблена залежно від підприємницької або дослідницької мети.

5. Методи фінансування інвестиційної діяльності. Реальні інвестиції

Формування та реалізація інвестиційної діяльності неможлива без ефективного її фінансування, що пов'язане з пошуком рішень у сфері визначення можливих джерел фінансування інвестицій, форм і методів їх реалізації, підвищення ефективності їхнього використання тощо.

Фінансування інвестиційної діяльності передбачає комплекс заходів, пов'язаних з

одержанням і поверненням капіталу. Насамперед, це:

- **одержання капіталу** (від особи, яка надає капітал, або внаслідок власної підприємницької діяльності);

- **повернення капіталу** (насамперед виплати заборгованості із позикового капіталу, але також і виплати власним вкладникам);

- **перетворення негрошового майна в грошове майно** (необхідне для цілей фінансування);

- **перерозподіл у балансі** (наприклад, перетворення позикового капіталу у власний і навпаки).

Фінансування інвестиційної діяльності — це залучення та використання капіталу для вкладення в об'єкти інвестування з метою досягнення певного позитивного ефекту. Процес фінансування інвестиційної діяльності повинен забезпечувати:

- оптимізацію структури джерел фінансування інвестицій;

- достатній обсяг джерел фінансового забезпечення для реалізації реальних і фінансових інвестицій;

- зниження витрат та ризиків, пов'язаних зі здійсненням інвестицій

Залежно від виду коштів існують такі методи фінансування інвестиційної діяльності, як **самофінансування, акціонування, боргове фінансування, фінансування за рахунок дотацій та змішане фінансування.**

Таким чином, процес фінансування інвестиційної діяльності спрямований на задоволення потреб суб'єктів господарювання в залученні необхідних джерел фінансування й оптимізації їх структури з позиції досягнення результатів їхньої фінансово-господарської діяльності. Цілеспрямоване здійснення цього процесу визначає рівень ефективності інвестиційної діяльності. Система фінансування інвестиційної діяльності подана на рис. 2.

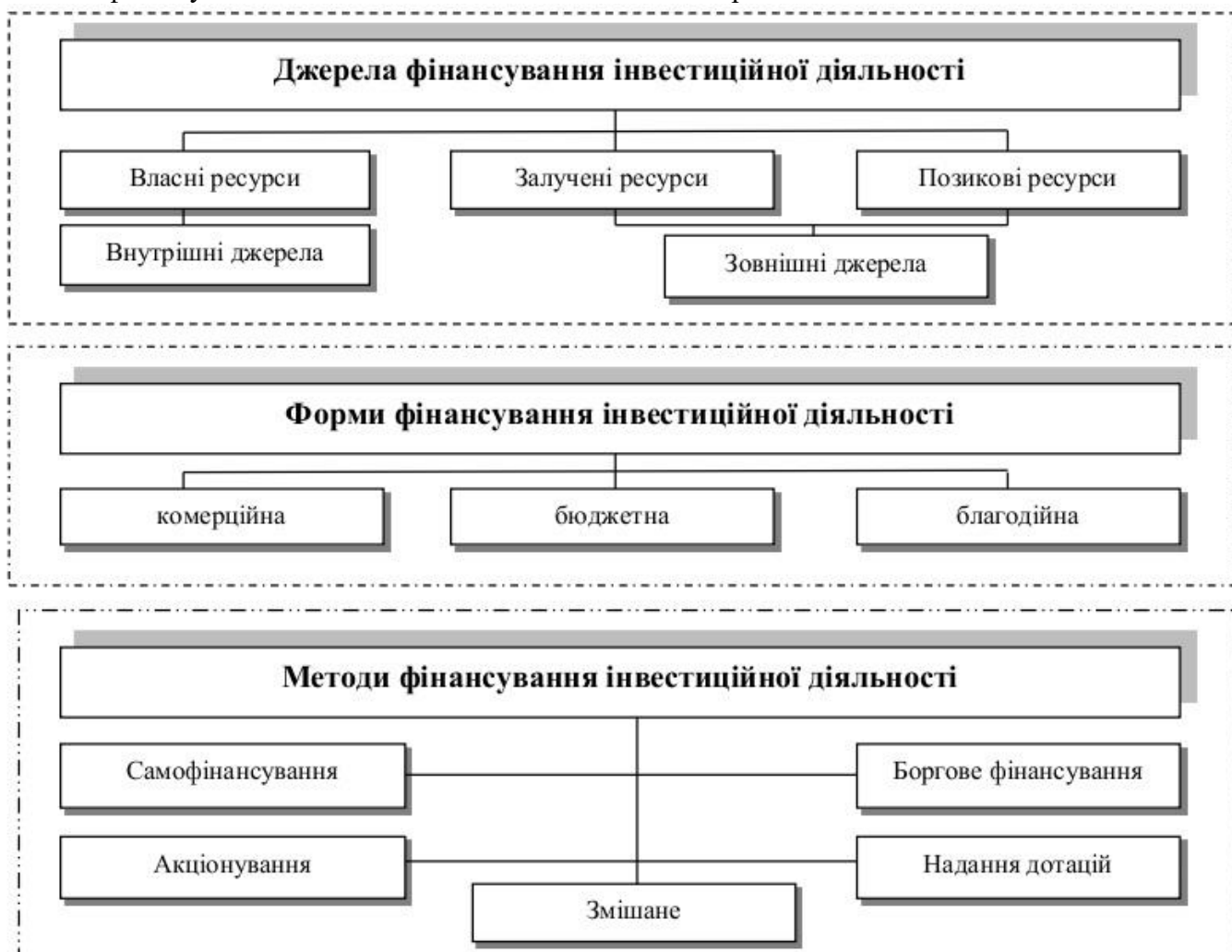


Рис. 2 – Система фінансування інвестиційної діяльності

Визначальною домінантою економічної політики будь-якої країни є реальні інвестиції. Вони складають економічну основу суспільства та впливають на досягнення макроекономічної стабілізації країни. Такий аспект дослідження свідчить про дуже важливе значення реальних інвестицій в економічному розвитку країни та про ту роль, яку вони відіграють у функціонуванні ринкової економіки. Саме цим пояснюється той величезний інтерес економістів до теорії вкладання капіталу у виробництво, який вони проявляють на протязі багатьох років, в тому числі і наша увага до цієї проблеми.

На відміну від фінансових інвестицій, реальні інвестиції повністю спрямовуються на збільшення основних засобів і на приріст оборотних матеріальних активів, а також у нематеріальні активи.

Реальні інвестиції — це вкладення капіталу у відтворення основних засобів, в інноваційні нематеріальні активи, у приріст запасів товарно-матеріальних цінностей та інші об'єкти інвестування, пов'язані зі здійсненням операційної діяльності підприємств.

Складові елементи реальних інвестицій подано на рис. 3.



Рис. 3 – Форми реальних інвестицій

Водночас основні елементи формують такі форми реальних інвестицій:

- **капітальне інвестування** (капітальні вкладення) — це вкладення капіталу у відтворення основних засобів у всіх сферах діяльності і суб'єктів економіки; до капітального інвестування відносить: новобудівництво (включаючи і житлове); реконструкцію діючих основних засобів; їх модернізацію; оновлення окремих видів обладнання придбання цілісних майнових комплексів; придбання машин, обладнання та інших основних засобів;

- **інноваційні інвестиції** (інновації) — вкладення капіталу в нематеріальні активи з метою впровадження досягнень науково-технічного прогресу в діяльність суб'єктів господарювання;

- **інвестиції в матеріальні оборотні активи** — це вкладення капіталу в приріст запасів матеріальних оборотних активів підприємства з метою забезпечення необхідної пропорційності в розвитку основних та оборотних активів підприємства.

Значної актуальності набувають реальні інвестиції в нематеріальні активи.

Інноваційні інвестиції — це вкладення капіталу у нововведення, які призводять до кількісних та якісних покращень підприємницької або виробничої діяльності, з іншого боку, це така форма інвестицій, за якої вкладені (реалізовані) інвестиції матеріалізуються в інноваційні блага (інноваційні продукти, інноваційні послуги, інноваційні технології).

Однією з форм інноваційних інвестицій є **інтелектуальні інвестиції**, які здійснюються в таких видах:

- **придбання виключних прав користування** (патенти, ліцензії, промислові зразки, товарні знаки);

- **придбання інформаційних послуг, наймання спеціалістів за контрактом або разове придбання консультацій, експертиз, рекомендацій;**

- **придбання інтелектуальної продукції у матеріальній формі** (проектної документації, методик, програм, ноу-хау) у вигляді друкованої продукції, програмного забезпечення, аудіо чи відео запису;

- **вкладання в людський капітал** — це витрати на освіту, підготовку, перепідготовку, навчання, охорону здоров'я.

В сучасних умовах здійснення інвестицій в оборотний капітал суб'єктів господарювання є важливим напрямком зростання конкурентних переваг на основі зниження витрат і обслуговування інвестиційних ресурсів та підвищення ефективності їх використання в підприємницькій діяльності.

В інвестуванні оборотного капіталу можна виокремити три етапи:

- **первісне інвестування при створенні підприємства:** базується на формуванні статутного капіталу підприємства;

- **підтримка кругообігу капіталу діючого підприємства:** цей етап не потребує довгострокового інвестування коштів, а переважно забезпечується за рахунок короткострокового банківського кредитування;

- **інвестування у приріст оборотних активів при розширенні обсягів і масштабів господарської діяльності:** цей етап передбачає пошук додаткових інвестиційних можливостей щодо довгострокових вкладень в різні об'єкти інвестування для збільшення оборотного капіталу підприємства; джерелами фінансування можуть стати прибуток підприємства, довгострокові кредити банків, фінансова допомога і кошти бюджету.

Характеристика реального інвестиційного проєкту

Поняття проєкту є одним із базових у інвестиційному процесі.

Оскільки інвестування перш за все, орієнтується на забезпечення процесу розширеного відтворення, то слід зосередити увагу на тому, що інвестиційний проєкт має свою специфіку. Він передбачає досить довготривалий період освоєння та реалізації. У процесі експлуатації створеного об'єкта інвестування стає можливим отримання відповідної продукції проєкту, продаж якої забезпечує відшкодування інвестору вкладень у створення такого об'єкта. Разом з тим, за своєю сутністю, інвестиційний проєкт на відміну від традиційного проєкту орієнтується на забезпечення інвестиційних цілей та сприяє подальшому розвитку.

Інвестиційний проєкт — це спеціальним способом підготовлена документація, що містить максимально повний опис і обґрунтування всіх особливостей майбутнього інвестування; це комплекс заходів, що здійснюються інвестором з метою реалізації свого плану нарощування капіталу.

Розробка та реалізація інвестиційного проєкту виробничого спрямування охоплюють певний проміжок часу — від ідеї до будівництва та експлуатації об'єкта. Цей проміжок часу називають циклом інвестиційного проєкту (або життєвим циклом проєкту). **Він охоплює три фази:**

1. **Передінвестиційну**, яка включає дослідження, що передують кінцевому прийняттю інвестиційного рішення.

2. **Інвестиційну**, на якій здійснюється укладання контрактів, розробка проєктно-кошторисної документації, спорудження чи облаштування виробничих та інших приміщень, навчання персоналу, пускона-лагоджувальні роботи.

3. **Експлуатаційну (виробничу)**, яка включає введення в експлуатацію основних засобів, ведення господарської діяльності підприємства після практичної реалізації проєктних рішень.

Основною, як зазначає більшість науковців та практиків, є передінвестиційна фаза інвестиційного проєкту. Вона складається з трьох стадій: **аналітичної, проєктної та кінцевої.**

Аналітична стадія передбачає аналіз альтернативних варіантів, узагальнення інформації про необхідність інвестування в конкретний об'єкт, визначення інвестиційних можливостей.

Головною метою цієї стадії є привертання уваги до тієї чи іншої інвестиційної пропозиції.

Проектна стадія охоплює:

а) **попереднє техніко-економічне обґрунтування інвестиційного проекту;**

б) **дослідницьке забезпечення проекту у напрямі:**

- прогнозування попиту на продукцію;
- визначення постачальників сировини та матеріалів;
- вивчення місця розміщення виробництва (актуальне для проектів, де транспортні витрати можуть бути визначальним чинником);
- оцінка впливу об'єкта виробництва на навколишнє середовище;
- проведення потрібних лабораторно-експериментальних випробувань;
- обґрунтування оптимальних масштабів виробництва;
- вибір устаткування з урахуванням кількості й можливостей постачальників та обсягів інвестиційних ресурсів на альтернативній основі.

в) **техніко-економічне обґрунтування інвестиційного проекту;**

Завершується передінвестиційна фаза розробкою стратегічного плану, бізнес-плану й ухваленням рішення про інвестування проекту.

Бізнес-план має першорядне значення для організацій, які прагнуть одержати статус акціонерних товариств або інвестиції для свого розвитку. На підставі аналізу й оцінки бізнес-плану та інших факторів потенційні інвестори приймають остаточне рішення про виділення необхідних інвестицій.

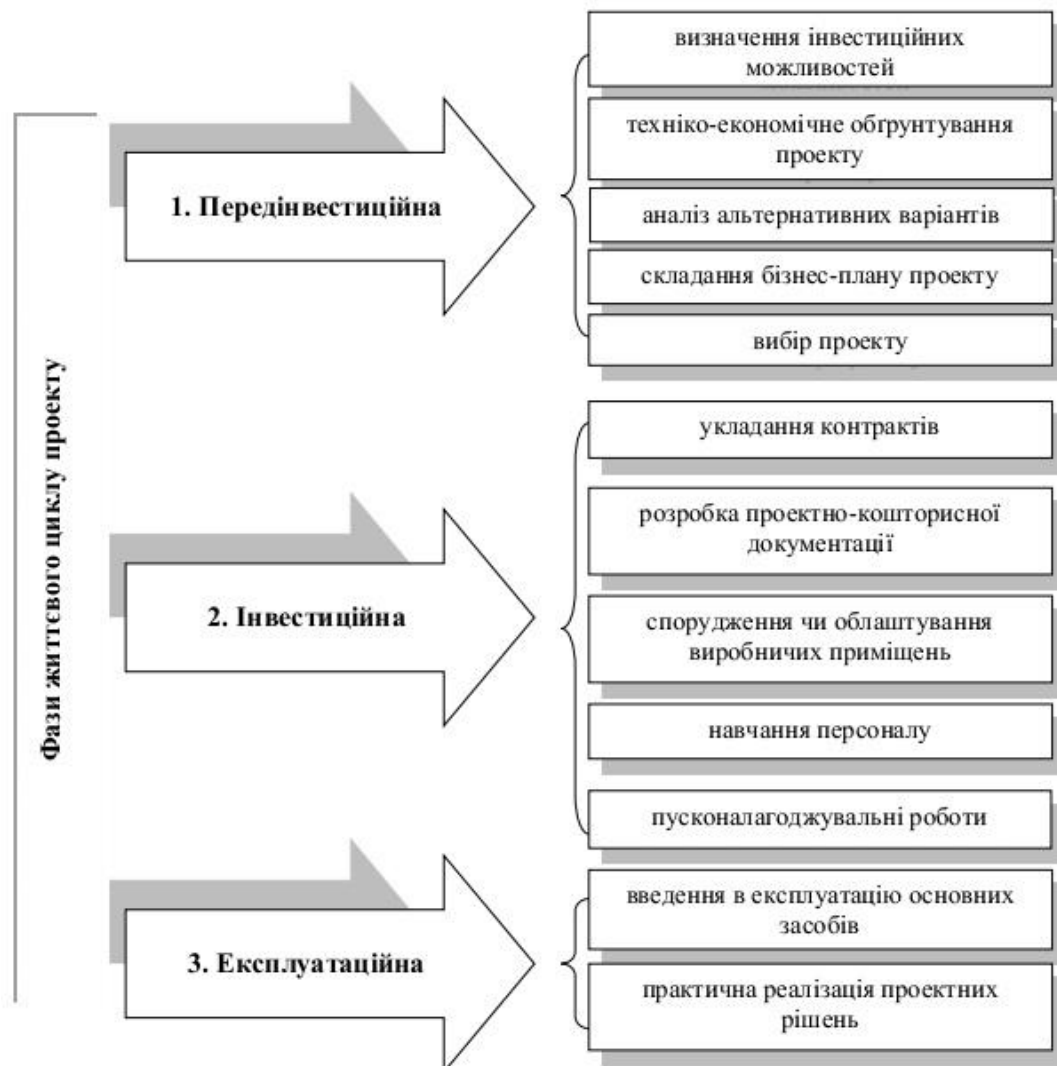


Рис. 4 – Фази життєвого циклу проекту

Наступна — **інвестиційна фаза** або фаза впровадження проекту охоплює широке коло консультаційних та проектних робіт, які насамперед пов'язані із процесами проектного управління. Під час інвестиційної фази має місце: **підготовка і проведення тендерів, інженерно-**

технічне проектування, будівництво, виробничий маркетинг, навчання персоналу.

Завершується інвестиційна фаза проекту **навчанням персоналу**, тобто тих осіб, хто в подальшому буде задіяний в проєкті. Якісне планування й ефективне управління проєктом повинні гарантувати виконання необхідних робіт: будівництва, постачання і монтажу обладнання, набору і навчання персоналу буде вчасним і належним. Для цього впродовж усієї інвестиційної фази проєкту обов'язково здійснюється його моніторинг.

Експлуатаційна фаза проєкту характеризується початком виробництва продукції або надання послуг і відповідних надходжень усіх видів ресурсів, здебільшого у формі оборотних коштів. Структурний склад стадій у цій фазі: здача в експлуатацію; **виробнича експлуатація; заміна та оновлення; розширення та інновації; завершальна оцінка проєкту.**

Основою **експлуатаційної фази** є дослідження технічного, комерційного, фінансового та економічного стану підприємства для подальшого підвищення ефективності його діяльності. Таким чином, **знову починається фаза передінвестиційних досліджень.**

Оцінка доцільності інвестування

Інвестування є, як правило, тривалим процесом, тому при здійсненні інвестиційної діяльності доводиться порівнювати вартість капіталу на початку його інвестування (теперішню вартість) з його вартістю при поверненні у вигляді майбутнього прибутку, амортизаційних відрахувань, інших грошових потоків (майбутню вартість).

Майбутня вартість грошей (future value — FV) — сума, в яку перетворюються інвестовані в даний момент кошти через визначений період часу з урахуванням певної ставки процента. Оцінка майбутньої вартості грошей пов'язана з процесом нарощування цієї вартості (компаундування), який є поступовим збільшенням первинної суми шляхом приєднання до неї доходу, що розраховується з урахуванням норми доходності (процентної ставки). Процентна ставка виступає, з одного боку, як інструмент нарощування вартості грошових коштів, а з іншого боку — як вимірник ступеня доходності.

Теперішня вартість грошей (present value — PV) — первинне значення тієї суми, яка інвестується з метою отримання доходу в майбутньому і визначається як сума майбутніх грошових надходжень, приведених з урахуванням певної ставки процента (дисконтної ставки) до теперішнього часу. Оцінка вартості грошових коштів у теперішньому періоді здійснюється шляхом дисконтування. **Дисконтування** — це спосіб приведення майбутньої вартості грошей до їх теперішньої вартості, що є процесом, зворотним нарощуванням грошових коштів, тобто визначення того, скільки потрібно інвестувати сьогодні, щоб отримати обумовлену суму в майбутньому.

При здійсненні фінансових розрахунків, пов'язаних з оцінкою вартості грошей у часі, процеси нарощування або дисконтування вартості можуть здійснюватися як за простими, так і за складними процентами.

Простий процент є сумою доходу, що нараховується до основної суми грошових коштів у кожному інтервалі загального періоду їх використання, за якою подальші перерахунки не здійснюються. Нарахування простого процента застосовується, як правило, при короткострокових фінансових операціях.

Складний процент є сумою доходу, що нараховується в кожному інтервалі загального періоду використання грошових коштів, яка не виплачується, а приєднується до основної суми грошових коштів і в подальших періодах сама приносить дохід. Нарахування складного процента застосовується, зазвичай, при довгострокових фінансових операцій.

Знаходження майбутньої вартості грошей залежно від виду процентної ставки.

1. Якщо використовується **схема нарахування за простими процентами**, то прирости грошових коштів для будь-якого періоду становитимуть одну і ту саму частку від початкової суми:

$$FV = PV (1 + i \cdot n), \quad (1)$$

де PV — теперішня вартість грошей;

i — процентна ставка;

n — період вкладення коштів.

2. Якщо використовується **схема нарахування за складними процентами** раз на період, то базою для нарахування в наступному періоді слугуватиме сума початкових грошових коштів та нараховані на них проценти в попередньому періоді:

$$FV = PV(1 + i)^n, \quad (2)$$

3. Якщо використовується **схема нарахування за складними процентами кілька разів на період**, то при розрахунках необхідно врахувати число разів нарахування процентів на період:

$$FV = PV \left(1 + \frac{i}{m}\right)^{n \cdot m}, \quad (3)$$

m — число разів нарахування процентів на період.

Процес приросту оцінки вартості грошей здійснюється за допомогою **процентної ставки**.

Знаходження теперішньої вартості грошей залежно від виду процентної ставки:

1. При розрахунку теперішньої вартості грошових коштів у процесі дисконтування за **простими процентами** використовують формулу:

$$PV = \frac{FV}{(1 + i \cdot n)}, \quad (4)$$

де FV — майбутня вартість грошей;

i — процентна ставка;

n — період вкладення коштів.

2. При розрахунку теперішньої вартості грошових коштів у процесі дисконтування за **складними процентами** використовують формули:

$$PV = \frac{FV}{(1 + i)^n}, \text{ або } PV = \frac{FV}{\left(1 + \frac{i}{m}\right)^{n \cdot m}} \quad (5)$$

Крім номінальної ставки відсотку за депозит i , у фінансових розрахунках використовується **ефективна ставка** або **дійсна ставка відсотку**, що визначає той відносний дохід, який одержує власник капіталу за рік у цілому.

Ефективна ставка складних відсотків визначається за формулою:

$$EAR = \left(1 + \frac{i}{m}\right)^m - 1, \quad (6)$$

До системи показників, які використовують для визначення доцільності інвестування за концепцією врахування фактору часу, належать: **сума чистого дисконтованого доходу, індекс дохідності (рентабельності) інвестицій, період окупності, внутрішня норма дохідності**.

Чистий дисконтований дохід (Net Present Value — NPV) — це абсолютна сума ефекту від здійснення інвестицій, тобто це різниця між сумою грошових надходжень (грошових потоків), що виникають внаслідок реалізації інвестиційного проєкту і дисконтованих до поточної вартості, та сумою дисконтованих усіх затрат, що необхідні для реалізації інвестиційного проєкту. **Цей показник називають також чистий приведений дохід; чиста теперішня вартість; чиста дисконтована вартість; загальний фінансовий підсумок від реалізації проєкту.**

Чистий дисконтований дохід для постійної ставки дисконтування і разових первинних інвестицій визначають за формулою:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+i)^t} - I_0, \quad (7)$$

де CF_t — чистий потік платежів у періоді t ;

I_0 — сума первинних витрат, тобто сума інвестицій на початок проєкту;

i — ставка дисконтування;

n — кількість періодів реалізації проєкту;

$1/(1+i)^t$ — коефіцієнт дисконтування.

Якщо інвестиційний проєкт передбачає не разову інвестицію, а послідовне вкладення капіталу впродовж m років, то формула для розрахунку чистого дисконтованого доходу (NPV) модифікується таким чином:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+i)^t} - \sum_{j=0}^m \frac{IC_j}{(1+i)^j}, \quad (8)$$

де IC_j — інвестиційні витрати в періоді j .

Позитивне значення чистого дисконтованого доходу ($NPV > 0$) підтверджує, що проєкт забезпечує прийнятний рівень прибутковості відносно бажаного. **Негативне значення чистого дисконтованого доходу** ($NPV < 0$) свідчить про те, що проєкт не забезпечує бажаного рівня прибутковості. Незалежні інвестиційні проєкти з позитивним значенням показника чистої поточної вартості дозволяють збільшити капітал підприємства і, у кінцевому рахунку, його ринкову вартість.

Індекс дохідності (рентабельності, прибутковості) інвестицій (Profitability Index — PI) показує відносну прибутковість проєкту, або дисконтовану вартість грошових надходжень від проєкту в розрахунку на одиницю вкладень.

Розрахунок індексу дохідності при **одноразових інвестиційних затратах** по реальному проєкту здійснюється за формулою:

$$PI = \sum_{t=1}^n \frac{\frac{CF_t}{(1+i)^t}}{I_0}, \quad (9)$$

Якщо інвестиційні витрати, пов'язані з **майбутньою реалізацією інвестиційного проєкту, проводиться в декілька етапів**, розрахунок індексу прибутковості здійснюється в такий спосіб:

$$PI = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+i)^t} / \sum_{j=0}^m \frac{IC_j}{(1+i)^j}, \quad (10)$$

Показник «**індекс дохідності**» також може бути використаний не тільки для порівняльної оцінки, й у якості визначального при прийнятті інвестиційного проєкту до реалізації. **Якщо $PI < 1$, то проєкт має бути відхилений як такий, що не принесе додаткового доходу інвестору.** Отже, до реалізації можуть бути прийняті інвестиційні проєкти тільки зі значенням показника $PI > 1$.

Порівнюючи показники «**індекс дохідності**» і «**чистий приведений дохід**» слід враховувати, що результати оцінки ефективності інвестицій перебувають у прямій залежності: зі зростанням абсолютного значення чистого приведенного доходу зростає і значення індексу прибутковості, і навпаки.

Дисконтований період окупності інвестицій (Discounted Payback Period — DPP) — визначає проміжок часу від моменту початку інвестування проєкту до моменту, коли чистий дохід від реалізації проєкту цілком компенсує початкові вкладення в проєкт.

Дисконтований період окупності визначається за формулами:

$$DPP = I_0 / \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+i)^t}, \text{ або } DPP = \sum_{j=0}^m \frac{IC_j}{(1+i)^j} / \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+i)^t}, \quad (11)$$

Метод розрахунку дисконтованого періоду окупності найбільш виправданий у випадку, коли інвестиції мають високий ступінь ризику, тому що менший дисконтований період окупності, то менш ризикований є проєкт.

Внутрішня норма доходності (рентабельності, прибутковості) інвестицій (Internal Rate of Return — IRR) — норма доходу, за якої чистий дисконтований дохід інвестицій дорівнює нулю, або це та ставка дисконту, за якої дисконтовані доходи від проєкту дорівнюють інвестиційним витратам.

Внутрішня норма доходності визначається за формулою:

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} (i_2 - i_1), \quad (12)$$

де i_1 — значення процентної ставки, при якій отримано розрахункове позитивне значення чистого дисконтованого доходу проєкту (NPV_1);

i_2 — значення процентної ставки, при якій отримано розрахункове негативне значення чистого дисконтованого доходу проєкту (NPV_2);

Економічний зміст показника внутрішньої норми доходності (IRR) полягає в тому, що підприємство може приймати будь-які рішення інвестиційного характеру, рівень рентабельності яких не нижче поточного значення показника дисконтування i . **Саме зі ставкою дисконту порівнюється показник IRR, розрахований для конкретного проєкту, при цьому зв'язок між**

ними такий: якщо $IRR > 1$, то проєкт слід прийняти; якщо $IRR < 1$, то проєкт слід відхилити; якщо $IRR = 1$, то проєкті не прибутковий, і не збитковий.

Варто зазначити, що жоден із вище перелічених методів оцінки економічної ефективності інвестиційних проєктів сам по собі не є достатнім для прийняття рішення про реалізацію або відхилення проєктів.

Рішення про інвестування повинне прийматися з урахуванням значень усіх перелічених методів та інтересів усіх учасників інвестиційного проєкту.

Рекомендовані навчально-методичні матеріали

1. Веретенникова Г.Б., Томах В.В., Геращенко І.М. Планування та організація діяльності підприємства [Електронний ресурс]: навчальний посібник. – Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. – 210 с.
2. Гусєва О.Ю., Воскобоєва О.В., Ромащенко О.С. Планування діяльності підприємств: навчальний посібник. – Київ: Державний університет телекомунікацій, 2020. – 135 с.
3. Економіка підприємства [Текст]: підручник / за заг. ред. Л.Г. Ліпич. – Луцьк: Вежа-Друк, 2021. – 768 с.
4. Економіка підприємства: підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. – Київ: Видавничий дім «Кондор», 2020. – 700 с.
5. Лисак О.І., Андрєєва Л.О., Болтянська Л.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. – Мелітополь: Люкс, 2020. – 272 с.
6. Непрана А.В., Шевченко І.Ю. Економіка підприємства: Підручник: у 3 т. – Харків: Видавництво Іванченка І.С., 2024, Т. 1, – 537 с.