

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА**

**Т. А. Пушкар,
Г. А. Жовтяк**

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

(для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальностей 185 – Нафтогазова інженерія і технології, G16 – Гірництво та нафтогазові технології)

**Харків
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова
2025**

Пушкар Т. А. Економіка підприємства : конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальностей 185 – Нафтогазова інженерія і технології, G16 – Гірництво та нафтогазові технології) / Т. А. Пушкар, Г. А. Жовтяк ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2025. – 73 с.

Автори: канд. екон. наук, проф. Т. А. Пушкар,
канд. екон. наук, доц. Г. А. Жовтяк

Рецензент

Г. І. Базецька, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

Рекомендовано кафедрою економіки та маркетингу, протокол № 22 від 26 червня 2025 р.

© Т. А. Пушкар, Г. А. Жовтяк, 2025
© ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1 РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	
ПІДПРИЄМСТВА.....	7
Тема 1.1 Господарювання в соціально-орієнтованій ринковій економіці.....	7
Тема 1.2 Економічна характеристика продукції підприємства.....	12
Тема 1.3 Ресурсний потенціал підприємства.....	16
Тема 1.4 Трудові ресурси підприємства.....	20
Тема 1.5 Майнові ресурси підприємства.....	24
Тема 1.6 Фінансові ресурси підприємства.....	33
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 РЕЗУЛЬТАТИ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ	
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	38
Тема 2.1 Витрати і собівартість підприємства.....	38
Тема 2.2 Цінова політика підприємства.....	44
Тема 2.3 Фінансово-економічні результати діяльності підприємства...	49
Тема 2.4 Ефективність діяльності та методичні основи її оцінювання..	56
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3 ЕКОНОМІЧНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ	
ПІДПРИЄМСТВА.....	60
Тема 3.1 Інвестиційно-інноваційна діяльність підприємства.....	60
Тема 3.2 Конкурентоспроможність підприємства.....	63
Тема 3.3 Основи антикризового управління та запобігання банкрутству.....	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	71

ВСТУП

Метою викладання навчальної дисципліни є формування системи знань з економіки підприємства.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Економіка підприємства» є теоретична та практична підготовка студентів з таких питань:

- підприємство як суб'єкт господарювання та основні напрями його господарсько-фінансової діяльності (операційна, інвестиційна, інноваційна, фінансова);
- формування програми виробництва продукції та реалізації, визначення виробничої потужності підприємства;
- визначення складових ресурсного потенціалу та шляхи його ефективного використання;
- теоретичні засади формування й використання трудових ресурсів підприємства та системи їхнього матеріального стимулювання; методичні підходи до їхнього аналізу та планування;
- теоретичні та практичні засади формування та використання майнових ресурсів (активів) підприємства, методичні підходи до їхнього аналізу та планування;
- теоретичні засади формування фінансових ресурсів підприємства, методичні підходи до їхнього аналізу та планування;
- механізм формування економічних результатів господарсько-фінансової діяльності підприємства;
- оцінка ефективності господарської діяльності та пошук шляхів її підвищення;
- сутність фінансового стану підприємства, його складові та методи оцінки;
- механізм розвитку підприємства, запобігання кризових явищ та банкрутства; забезпечення економічної безпеки підприємства;
- сутність інвестиційної діяльності, основи методики інвестиційного аналізу;
- сутність інноваційного розвитку підприємства.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

а) знати:

- економічні основи функціонування підприємства в системі ринкових відносин,
- основні напрями та види його діяльності, види підприємств, що функціонують в Україні;
- зовнішнє середовище та його вплив на діяльність підприємства;
- ресурсний потенціал підприємства та його складові елементи;
- основні результативні показники діяльності підприємства, порядок їх формування і використання;
- капітал підприємства, його структуру, взаємозв'язок з ресурсами, економічні основи формування і використання;

- сутність фінансового стану підприємства, його складові та методи оцінки;
- теоретичні основи оцінювання ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства;
- механізм розвитку підприємства, запобігання кризових явищ та банкрутства;

б) вміти:

- здійснювати вибір організаційно-правових форм підприємств відповідно до умов та особливостей функціонування створюваного підприємства;
- формувати виробничу програму підприємства, визначати виробничу потужність,
- здійснювати аналіз та планування ресурсів, які необхідні підприємству;
- визначати та давати економічну інтерпретацію показникам господарсько-виробничої діяльності підприємства;
- розраховувати собівартість продукції та витрати операційної діяльності;
- складати кошторис витрат;
- розробляти заходи щодо зниження витрат на виробництво й збут продукції;
- вибирати доцільні стратегії ціноутворення на продукцію підприємства, визначати ціни на продукцію;
- проводити аналіз та планування доходів, поточних витрат і фінансових результатів від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства;
- здійснювати оцінку ефективності господарської діяльності та визначати шляхи її підвищення;
- обґрунтовувати ефективність інвестиційних та інвестиційних проєктів;
- проводити оцінку фінансово-майнового стану підприємства, загрози банкрутства;
- визначати симптоми й причини банкрутства підприємства;
- розробляти програму виходу підприємства з економічної кризи;

в) мати компетентності:

- базові уявлення про систему розроблення та постановлення промислової продукції на виробництво;
- здатність до ділових комунікацій у професійній сфері, знання основ ділового спілкування, навички роботи в команді;
- здатність проводити технологічну і техніко-економічну оцінку ефективності використання нових технологій і технічних пристроїв;
- володіння даними про основні нафтогазові регіони, розвідані і прогнозні запаси вуглеводнів, поточний і прогнозний видобуток нафти,

природного газу і газового конденсату в Україні і світі; вміння нормувати витрати палива, енергії та експлуатаційних матеріалів для забезпечення виробничої діяльності керованого підрозділу, складанні замовлень на постачання;

- спроможність організовувати роботу керованого колективу виробничого підрозділу (бригади, дільниці, команди, цеху), її планування, матеріальне та інформаційне забезпечення;

- здатність проводити облік наявності та наробітку устаткування та умов його роботи, паспортизацію устаткування, планування його реновації фінансово-господарської діяльності підприємства.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1 РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Тема 1.1 Господарювання в соціально-орієнтованій ринковій економіці

Господарювання. Суб'єкти господарювання. Мікропідприємництво. Мале, середнє, велике підприємництво. Господарське товариство. Види господарських товариств. Об'єднання юридичних осіб.

Під господарською діяльністю розуміється діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, що спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність.

У січні 2025 року було прийнято Закон України № 4196-IX від 09.01.2025 «Про особливості регулювання діяльності юридичних осіб окремих організаційно-правових форм у перехідний період та об'єднань юридичних осіб», який після втрати чинності Господарського Кодексу України 28 серпня 2025 року (відповідно до цього Закону), на цей момент визначає основні аспекти господарської діяльності. Основними нормативними документами, якими після втрати чинності Господарського Кодексу України, є Цивільний Кодекс України та спеціальній законодавчі акти, зокрема Податковий Кодекс України, Закон України «Про особливості регулювання діяльності юридичних осіб окремих організаційно-правових форм у перехідний період та об'єднань юридичних осіб» від 9 січ. 2025 р. № 4196-IX, Закон України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» від 6 лют. 2018 р. № 4564-IX, Закон України «Про акціонерні товариства» від 27 лип. 2022 р. № 2465-IX та інші.

Господарська діяльність, що здійснюється з метою одержання прибутку, є підприємництвом. Під некомерційною господарською діяльністю розуміється господарська діяльність, що здійснюється без мети одержання прибутку [3].

Суб'єктами господарювання визнаються учасники господарських відносин, які здійснюють господарську діяльність, реалізуючи господарську компетенцію (сукупність господарських прав та обов'язків), мають відокремлене майно і несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями в межах цього майна, крім випадків, передбачених законом.

Суб'єктами господарювання є:

- господарські організації – юридичні особи, створені відповідно до Цивільного кодексу України, підприємства, а також інші юридичні особи, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані у встановленому законом порядку;

- громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані відповідно до закону як підприємці.

Суб'єкти господарювання залежно від кількості працівників та обсягу доходів від будь-якої діяльності за рік можуть належати до суб'єктів

мікропідприємництва, суб'єктів малого підприємництва, суб'єктів середнього підприємництва або суб'єктів великого підприємництва [3].

Суб'єктами мікропідприємництва є:

- фізичні особи, зареєстровані у встановленому законом порядку як фізичні особи – підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та обсяг річного доходу від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за офіційним курсом гривні щодо іноземних валют, встановленим Національним банком України (середній за звітний період – календарний рік);

- юридичні особи – суб'єкти господарювання незалежно від організаційно-правової форми чи форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та обсяг річного доходу від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за офіційним курсом гривні щодо іноземних валют, встановленим Національним банком України (середній за звітний період – календарний рік).

Суб'єктами малого підприємництва є:

- фізичні особи, зареєстровані у встановленому законом порядку як фізичні особи – підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та обсяг річного доходу від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за офіційним курсом гривні щодо іноземних валют, встановленим Національним банком України (середній за звітний період – календарний рік);

- юридичні особи – суб'єкти господарювання незалежно від організаційно-правової форми чи форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та обсяг річного доходу від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за офіційним курсом гривні щодо іноземних валют, встановленим Національним банком України (середній за звітний період – календарний рік) [3].

Суб'єктами великого підприємництва є юридичні особи – суб'єкти господарювання незалежно від організаційно-правової форми чи форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) перевищує 250 осіб та обсяг річного доходу від будь-якої діяльності перевищує суму, еквівалентну 50 мільйонам євро, визначену за офіційним курсом гривні щодо іноземних валют, встановленим Національним банком України (середній за звітний період – календарний рік).

Інші юридичні особи та фізичні особи – підприємці, не визначені як мікропідприємство, мале підприємство, великого підприємства, належать до *суб'єктів середнього підприємництва*.

Відповідно до Закону України «Про особливості регулювання діяльності юридичних осіб окремих організаційно – правових форм у перехідний період та об'єднань юридичних осіб» від 9 січ. 2025 р. № 4196-IX, визначено:

- приватне підприємство є юридичною особою, що створена на основі приватної власності однієї чи кількох фізичних осіб або юридичної особи і діє відповідно до статуту;

- іноземне підприємство є юридичною особою, що створена згідно із законодавством України і діє винятково на основі власності іноземців або іноземних юридичних осіб;

- дочірнє підприємство є юридичною особою, єдиним учасником (засновником) якої є інше підприємство або підприємницьке товариство.

Підприємство об'єднання громадян є юридичною особою, що створена об'єднанням громадян (громадською організацією, політичною партією) релігійною організацією з метою здійснення діяльності для виконання своїх статутних завдань.

Підприємство споживчої кооперації є юридичною особою, що створена споживчим товариством (товариствами) або спілкою (об'єднанням) споживчих товариств з метою здійснення діяльності для виконання своїх статутних завдань.

Порядок створення, діяльності та припинення підприємств визначається законом, а також установчими документами підприємства.

Кожне підприємство у своїй діяльності керується низкою принципів, серед яких можна виділити такі:

- комбінування виробничих факторів. Кожне підприємство має купувати і у певний спосіб комбінувати фактори виробництва;

- економічність або економічна раціональність – спосіб вибору рішень, заснований на прагненні одержати найкращі економічні результати, використовуючи обмежені ресурси;

- фінансова рівновага. Підприємство має бути спроможним вчасно розраховуватися за зобов'язаннями і фінансувати свої програми, тобто фінансові засоби і витрати підприємства мають бути збалансовані в часі;

- принцип дохідності. Підприємство у своїй діяльності керується вимогою отримання максимального прибутку від вироблення і продажу продукції. Цей принцип є базовим для діяльності підприємств в умовах ринкової економіки.

Відповідно до Цивільного Кодексу України, юридичні особи можуть створюватися у формі товариств, установ та інших формах встановлених законом.

Товариством є організація, створена шляхом об'єднання осіб (учасників), які мають право участі у цьому товаристві. Товариство може бути створено однією особою, якщо інше не передбачено законодавством [1].

Товариства поділяються на підприємницькі та непідприємницькі.

Товариства, які здійснюють підприємницьку діяльність з метою одержання прибутку та майбутнього його розподілу між учасниками (підприємницькі товариства), можуть бути створені лише як господарські

товариства (повне товариство, командитне товариство, товариство з обмеженою або додатковою відповідальністю) або виробничі чи сільськогосподарські кооперативи, сільськогосподарські кооперативні об'єднання, що діють з метою отримання прибутку [1].

Установчим документом товариства є затверджений учасниками статут або засновницький договір між учасниками, якщо інше не встановлено законом.

У статуті товариства вказуються найменування юридичної особи, органи управління товариством, їхня компетенція, порядок ухвалення ними рішень, порядок вступу до товариства та виходу з нього, якщо додаткові вимоги щодо змісту статуту не встановлені цим Кодексом або іншим законом.

У засновницькому договорі товариства визначаються зобов'язання учасників створити товариство, порядок їхньої спільної діяльності щодо його створення, умови передання товариству майна учасників, якщо додаткові вимоги щодо змісту засновницького договору не встановлені цим Кодексом або іншим законом.

В установчому акті установи вказується її мета, визначаються майно, яке передається установі, необхідне для досягнення цієї мети, структура управління установою. Якщо в установчому акті, який міститься у заповіті, відсутні окремі із зазначених вище положень, їх встановлює орган, що здійснює державну реєстрацію [1].

Господарським товариством є юридична особа, статутний (складений) капітал якої поділений на частки між учасниками.

Господарські товариства можуть бути створені у формі повного товариства, командитного товариства, товариства з обмеженою або додатковою відповідальністю, акціонерного товариства.

Вкладом до статутного (складеного) капіталу господарського товариства можуть бути гроші, цінні папери, інші речі або майнові чи інші відчужувані права, що мають грошову оцінку, якщо інше не встановлено законом.

Повним є товариство, учасники якого відповідно до укладеного між ними договору здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства і солідарно несуть додаткову (субсидіарну) відповідальність за його зобов'язаннями усім майном, що їм належить [1].

Особа може бути учасником тільки одного повного товариства.

Командитним товариством є товариство, у якому разом з учасниками, які здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і солідарно несуть додаткову (субсидіарну) відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном (повними учасниками), є один чи кілька учасників (вкладників), які несуть ризик збитків, пов'язаних із діяльністю товариства, у межах сум зроблених ними вкладів та не беруть участі в діяльності товариства [1].

Учасники *товариства з додатковою відповідальністю* солідарно несуть додаткову (субсидіарну) відповідальність за його зобов'язаннями своїм майном у розмірі, який встановлюється статутом товариства з додатковою

відповідальністю і є однаково кратним для всіх учасників до вартості внесеного кожним з них вкладу [4].

У разі визнання банкрутом одного з учасників товариства з додатковою відповідальністю його відповідальність за зобов'язаннями товариства з додатковою відповідальністю розподіляється між іншими учасниками цього товариства пропорційно до розміру належних їм часток у статутному капіталі.

Товариством з обмеженою відповідальністю є засноване однією або кількома особами товариство, статутний капітал якого поділено на частки:

- товариство несе відповідальність за своїми зобов'язаннями всім належним йому майном;
- товариство не відповідає за зобов'язаннями своїх учасників.

Учасники товариства з обмеженою відповідальністю мають такі права:

- 1) брати участь в управлінні товариством у порядку, передбаченому цим Законом та статутом товариства;
- 2) отримувати інформацію про господарську діяльність товариства;
- 3) брати участь у розподілі прибутку товариства;
- 4) отримати у разі ліквідації товариства частину майна, що залишилася після розрахунків з кредиторами, або його вартість [4].

Акціонерне товариство – господарське товариство, статутний капітал (відповідно, зареєстрований (пайовий) капітал), якого поділено на визначену кількість часток однакової номінальної вартості, корпоративні права за якими посвідчуються акціями.

Відповідно до Закону «Про акціонерні товариства» акціонерні товариства розподіляються на публічні й приватні. Приватне акціонерне товариство може здійснювати тільки приватне розміщення акцій, а публічне – публічне розміщення акцій.

Тип акціонерного товариства зазначається у статуті акціонерного товариства. *Зміна типу товариства з приватного на публічне або з публічного на приватне не є його перетворенням.*

Під *об'єднанням підприємств* потрібно розуміти господарську організацію, створену в складі двох або більше підприємств з метою координації їхньої виробничої, наукової та іншої діяльності для вирішення спільних економічних та соціальних завдань.

До об'єднань підприємств належать:

1. *Асоціація* – найпростіша форма договірного об'єднання підприємств, створена з метою постійної координації господарської діяльності. Асоціація не має права втручатися у виробничу і комерційну діяльність будь-кого з її учасників.

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

3. *Консорціум* – тимчасове статутне об'єднання промислового і банківського капіталу для досягнення спільної мети зазвичай під час здійснення

крупних фінансових операцій чи реалізації спільного інвестиційного проєкту.

4. *Концерн* – статутне об'єднання підприємств промисловості, наукових організацій, транспорту, банків, торгівлі тощо на основі повної фінансової залежності від одного або групи підприємств, які перебувають під єдиним контролем.

Після створення концерну суб'єкти господарювання втрачають свою самостійність, підпорядковуючись потужним фінансовим структурам.

Питання для самоконтролю

1. Поняття господарської діяльності.
2. Суб'єкти господарювання.
3. Суб'єкти мікропідприємництва.
4. Суб'єкти малого підприємництва.
5. Суб'єкти великого підприємництва.
6. Визначте поняття підприємницьких та непідприємницьких товариств.
7. Види господарських товариств.
8. Охарактеризуйте види об'єднань підприємств.

Тема 1.2 Економічна характеристика продукції підприємства

Поняття та класифікація продукції (робіт, послуг). Вартісні і натуральні вимірники обсягу продукції. Сутність та елементний склад товарної політики підприємства. Формування асортименту товарів та управління ним. Бренд: поняття, технологія створення та розвиток.

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

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

Послуги – види діяльності, робіт, у процесі виконання яких не створюється новий матеріально-речовий продукт, проте змінюється якість існуючого раніше створеного продукту.

Особливістю надання послуг є:

- збіг у часі та просторі процесів виробництва, реалізації та споживання;
- неможливість випробування послуги заздалегідь до її придбання;
- зміна її якості в часі (через залучення різних людей до надання послуги);
- неможливість накопичення результатів послуг (нагромадження запасів).

Розвиток сфери послуг тісно пов'язаний з матеріальним виробництвом, яке забезпечує технічну базу сфери послуг, а також з постійно зростаючими соціально-економічними потребами суспільства.

Проміжним результативним показником діяльності підприємств за визначений період (з оглядом на галузеву належність) є обсяг виготовленої продукції, виконаних робіт, наданих послуг або проданих товарів. У промисловості результатом праці є продукція.

Продукція, що виробляється протягом певного періоду, перебуває на різних стадіях технологічного циклу і, з оглядом на це, називається:

- незавершеним виробництвом;
- напівфабрикатом, готовим для споживання продуктом (виробом).

Незавершене виробництво – це продукція, яка не пройшла всіх стадій обробки і встановлених випробувань на певному підприємстві, не укомплектована, а також не прийнята замовником.

Напівфабрикати – це продукти, які отримані в окремих цехах, переділах, що не пройшли всіх встановлених технологічним процесом операцій і потребують доробки у наступних цехах, переділах, комплектування у виробих, на певному етапі може розглядатися як готова продукція і бути реалізована на сторону. Напівфабрикати можуть бути придбаними та власного виробництва. Такі предмети праці, як куповані напівфабрикати, обліковуються у складі виробничих запасів підприємства, а напівфабрикати власного виробництва – як частина оборотних засобів, що знаходиться у незавершеному виробництві.

Готовим продуктом визнають таку продукцію, яка пройшла всі стадії технологічного процесу, прийнята відділом технічного контролю і може бути призначена до продажу.

За економічним призначенням продукція поділяється на:

- засоби виробництва, які також поділяються на засоби праці й предмети праці (продукція групи «А»);
- предмети споживання – продовольчі й непродовольчі товари (продукція групи «Б»).

Також розрізняють продукцію за номенклатурою та асортиментом.

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

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

Товарна одиниця – окремий товар (набір споживчих якостей), який характеризується певними відмінними від інших показниками: назвою, ціною, дизайном, якістю тощо.

Товарний асортимент (товарна група) – група однойменної продукції (за назвами, видами, розмірами, артикулами, гатунками). Наприклад, товарна лінія «годинники», «телевізори», «пральні машини»).

Залежно від складності асортименту розрізняють:

- товари простого асортименту мають незначну кількість видів або гатунків (овочі, сіль, борошно тощо);
- товари складного асортименту мають у межах одного виду внутрішню класифікацію за різними ознаками (фасон, розмір, забарвлення).

Товарна номенклатура – систематизований перелік усіх асортиментних груп і товарних одиниць, що виготовляються товаровиробником. Наприклад, годинниковий завод виготовляє і виводить на ринок наручні чоловічі і жіночі годинники, будильники, настінні годинники.

Показники, які характеризують обсяг випущеної продукції за певний період, залежно від вимірників розподіляються на:

- *натуральні* – конкретні фізичні одиниці (штуки, тони, метри, метри квадратні, кубічні тощо);
- *умовно-натуральні* – умовні банки консервів, умовні листи шиферу, мільйони штук умовних цеглин, декалітри напоїв, для різних за калорійністю видів палива – тони умовного наливу і таке інше. Застосовується на підприємствах, які випускають один вид продукції, але такий, що різниться за сортністю, якістю розфасовкою тощо;
- *подвійні натуральні* – виробництво сталевих труб може вимірюватись тонами і метрами, тканини – погонних і квадратних метрів, паперу – у тонах і квадратних метрах тощо;
- *трудові* – за норми трудових витрат у нормо-годинах (обсяг робіт у натуральних показниках множать на відповідні норми часу);
- *вартісні* – у грошових одиницях.

Обсяг продукції у вартісному виразі на більшості підприємств виробничої сфери визначається показниками **товарної, валової, реалізованої, чистої продукції**.

До складу **товарної продукції** включають вартість:

- готових виробів, вироблених за звітний період, які призначені для реалізації на сторону (поза межі підприємства), на замовлення населення;
- робіт промислового характеру (наприклад: ремонтних робіт), виконаних на замовлення зі сторони;
- напівфабрикатів власного виробництва, відпущених у звітному періоді на сторону, незалежно від того, коли вони вироблені.

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

До товарної продукції не включається вартість внутрішньозаводського обороту (ВЗО), тобто тієї частини готових виробів і напівфабрикатів, яка використовується для подальшої промислової переробки в межах одного підприємства. Вартість товарної продукції (ТП, грн) визначається за формулою:

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

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

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

n – кількість видів продукції, що виготовляється на підприємстві.

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

$$ВП = ТП + \Delta НЗВ \quad (2)$$

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

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

Внутрішньозаводський оборот (ВЗО, грн) – це та кількість продукції підприємства, яка використовується всередині нього для подальшої переробки.

$$ВП = ВО - ВЗО . \quad (3)$$

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

$$РП = ТП + З_{тпоч} - З_{ткін} , \quad (4)$$

де $З_{тпоч}$ – залишки нереалізованої продукції на початок розрахункового періоду, грн;

$З_{ткін}$ – залишки нереалізованої продукції на кінець розрахункового періоду, грн.

Чиста продукція (ЧП, грн) – обсяг товарної продукції, з вартості якої виключені матеріальні витрати й сума амортизаційних відрахувань, тобто це додаткова вартість, створена на певному підприємстві за певний (плановий) період.

$$ЧП = ТП - МВ - А , \quad (5)$$

де $МВ$ – матеріальні витрати;

$А$ – амортизація основних засобів.

Формування асортименту – це процес добору груп, видів і різновидів товарів. Асортимент формується в усіх ланках товароруху – від виробництва до роздрібного продажу. У кожній із цих ланок асортимент товарів різний.

Орієнтиром будь-якого підприємства при формуванні асортименту є торговий асортимент магазинів, який має задовольняти потреби кінцевих споживачів. Рішення про формування товарного асортименту ухвалюються, виходячи з ситуації, що склалася на ринку, загальноекономічної і маркетингової стратегії підприємства, його ресурсних можливостей.

Розглянемо етапи формування асортименту:

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

Основу формування і оптимізації асортименту повинні складати систематичний збір і аналіз інформації про реальну структуру потреб споживачів, реальних виробничих, фінансових та кадрових можливостей підприємства. Найбільш важливе значення має інформація, що дає обґрунтовані відповіді на запитання, що виробляти і як досягти при цьому необхідної ефективності. Необхідно зауважити, що якщо раніше акцент ставився на порівнянні цін, то сьогодні головна увага приділяється саме конкурентоспроможності, ринковій новизні, повноті асортименту, рекламі, рівню післяпродажного сервісного обслуговування. Тому у конкурентній боротьбі виграє той з конкурентів, хто здатний запропонувати більш конкурентоспроможний товар із широким комплексом послуг.

Питання для самоконтролю

1. Поняття асортименту та номенклатури продукції.
2. Показники, які характеризують обсяг випущеної продукції за певний період.
3. Поняття товарної продукції.
4. Валова продукція підприємства. Визначення валової продукції.
5. Чиста та умовно-чиста продукція підприємства.
6. Етапи формування асортименту продукції.

Тема 1.3 Ресурсний потенціал підприємства

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

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

Фактори виробництва, на відміну від ресурсів, це вже реально втягнені в процес виробництва ресурси. Іншими словами, фактори виробництва – це економічні ресурси, задіяні у виробничому процесі і які безпосередньо впливають на результати виробництва. Сучасна вітчизняна і світова економічна наука до складу факторів виробництва відносить: працю, капітал, землю, підприємницькі здібності, науку та інформацію.

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

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

Потенціал підприємства характеризується чотирма основними рисами.

1. Потенціал підприємства визначається його реальними можливостями в тій чи іншій сфері соціально-економічної діяльності, причому не тільки реалізованими, а й нереалізованими з будь-яких причин.

2. Можливості будь-якого підприємства здебільшого залежать від наявності ресурсів і резервів (економічних, соціальних), не залучених у виробництво. Тому потенціал підприємства характеризується також і певним обсягом ресурсів, як залучених у виробництво, так і ні, але підготовлених для використання.

3. Потенціал підприємства визначається не тільки і не стільки наявними можливостями, але ще й навичками різних категорій персоналу до його використання з метою виробництва товарів, здійснення послуг (робіт), отримання максимального доходу (прибутку) і забезпечення ефективного функціонування та сталого розвитку виробничо-комерційної системи.

4. Рівень і результати реалізації потенціалу підприємства (обсяги виробленої продукції або отриманого доходу (прибутку)) визначаються також формою підприємництва та адекватною їй організаційною структурою.

Ресурсний потенціал включає:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Рівень використання ресурсного потенціалу визначається такими чинниками):

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

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

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

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

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

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

– іншими можливостями.

Разом усі ці можливості створюють сукупний потенціал підприємства, який представляє можливості для формування шляхів підвищення ефективності його використання, відображають рівень його конкурентоспроможності.

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

Ресурсовіддача – це відношення обсягу продукції до суми сукупних витрат, пов'язаних зі споживанням виробничих ресурсів. Використовуючи ресурсно-витратний підхід, одержимо формулу для розрахунку ресурсовіддачі:

$$Po = \frac{OP}{MB + 3П + AB + BЗ} \quad (6)$$

де Po – ресурсовіддача;

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

MB – матеріальні виробничі витрати, грн;

$3П$ – оплата праці виробничих робітників з відрахуваннями на соціальні потреби, грн;

AB – амортизація основних виробничих фондів, грн;

$BЗ$ – інші виробничі витрати, грн.

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

$$Pe = \frac{1}{Po}, \quad (7)$$

де Pe – ресурсоємність;

Po – ресурсовіддача.

Ресурсовіддача й ресурсоємність залежать від часткових показників ефективності використання ресурсів. Розглянемо цю залежність на прикладі ресурсоємності, розклавши чисельник і знаменник на окремі дроби:

$$Pe = \frac{MB}{OP} + \frac{3П}{OP} + \frac{AB}{OP} + \frac{BЗ}{OP} = Me + 3Пе + AOe + Ze \quad (8)$$

З цієї формули випливає, що ресурсоємність складається з окремих часткових показників ефективності використання виробничих ресурсів, тому що кожен дріб становить відповідно матеріалоємність, зарплатоємність, амортизацієюємність і іншу витратоємність. Отже, заходи щодо підвищення ефективності використання виробничих ресурсів необхідно зв'язувати з поліпшенням використання кожного виду виробничих ресурсів, оскільки ресурсний потенціал орієнтований на їхнє комплексне застосування.

Питання для самоконтролю

1. Поняття ресурсів та економічних ресурсів.
2. Поняття факторів виробництва.
3. Сутність ресурсного потенціалу підприємства.
4. Складові ресурсного потенціалу підприємства.
5. Чинники, що визначають використання ресурсного потенціалу підприємства.
6. Ресурсовіддача та ресурсоемність виробництва.

Тема 1.4 Трудові ресурси підприємства

Поняття, класифікація і структура персоналу підприємства. Продуктивність праці персоналу. Мотивація персоналу: сутність, види та основні методи впливу. Сутнісно-видова характеристика форм і систем оплати праці персоналу. Система показників для оцінки чисельності, стану, руху робочої сили на підприємстві. Методичні підходи при плануванні чисельності окремих категорій працівників підприємства.

Трудові ресурси – працездатна частина населення, яка володіє необхідними фізичними і інтелектуальними здібностями для виробництва матеріальних благ і послуг.

Економічно активне населення – частина населення, яка забезпечує пропозицію робочої сили для виробництва товарів і послуг.

Зайняте населення розподіляється на робітників, що працюють за наймом (на основі трудового договору), і робітників, що працюють за наймом: роботодавці, особи, що працюють на індивідуальній основі.

До *безробітних* відносять осіб, які: працездатні; не мають роботи і заробітку; зареєстровані в фонді зайнятості; шукають роботу; готові пристати до неї.

Економічно неактивне населення – непрацюючі категорії населення:

- особи, які отримують пенсію за віком і на пільгових умовах;
- особи, які отримують пенсії за інвалідністю (І, ІІ, ІІІ групи);
- особи, які зайняті веденням домашнього господарства, догляд за дітьми, хворими родичами тощо;
- особи, які припинили пошук роботи;
- особи, які не мають необхідності працювати.

Термін «трудові ресурси» використовується для характеристики працездатного населення в масштабах держави, регіону, галузі економіки або підприємства. В межах окремого підприємства найбільш вживаний термін – персонал.

Трудовий потенціал – це інтегрована оцінка і кількісних, і якісних характеристик економічно активного населення, яка означає його приховані можливості. Трудовий потенціал складається з багатьох компонентів, головними

з яких є здоров'я, освіта, професіоналізм, моральність, вмотивованість, уміння працювати в колективі, творчий потенціал, активність, організованість тощо.

Трудовий колектив – сукупність працівників підприємства, об'єднаних загальною метою досягнення певних кінцевих результатів своєї спільної діяльності. Отже, цей термін має соціально-політичний відтінок.

Кадри – сукупність частини працівників певного рівня знань, професії, компетенції та кваліфікації, що мають значний стаж роботи на цьому підприємстві.

Персонал – це сукупність працівників різних професійно-кваліфікаційних груп, що зайняті на підприємстві і входять до його облікового складу.

Облікова чисельність працівників підприємства – це показник чисельності працівників облікового складу на певне число чи дату. Цей показник враховує чисельність усіх працівників підприємства, прийнятих на постійну, сезонну і тимчасову роботу відповідно до укладених трудових договорів (контрактів).

До облікової чисельності включають працівників, котрі прийняті на роботу в той день, на дату якого визначається показник, та виключають працівників, що вибули в той самий день. До облікової чисельності не включають працівників, які працюють за договорами цивільно-правового характеру, за зовнішнім та внутрішнім сумісництвом, прийняті для виконання разових робіт тощо.

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

Середньооблікова чисельність – це чисельність працівників у середньому за визначений період (місяць, квартал, з початку року, за рік). Середньооблікова чисельність працівників за місяць розраховують діленням суми облікової чисельності за всі календарні дні місяця, включаючи святкові і вихідні дні, на кількість календарних місяця.

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

В існуючих теоріях мотивації простежується два підходи до її вивчення:

– змістовні теорії мотивації – ґрунтуються на ідентифікації таких внутрішніх потреб, які примушують людей діяти так, а не інакше. Іншими словами, змістовні теорії мотивації становлять спроби визначити і класифікувати потреби людей, що спонукають їх до дій. Знаючи потреби підлеглих, менеджер може створювати умови для їхнього задоволення так, щоб забезпечити досягнення цілей організації;

– процесні теорії мотивації – базуються на вивченні поведінки людини, її реакції на відносини у трудовому колективі та з адміністрацією.

Згідно з процесним підходом поведінку робітника в організації разом з потребами обумовлюють: сприйняття робітником конкретної ситуації; очікування робітника, пов'язані з конкретною ситуацією; оцінка робітником

можливих наслідків обраного типу поведінки.

Мотивація здійснюється такими методами:

- економічні грошові (прямі) – виплата заробітної плати, премій, доплат, надбавок, заохочувальних та компенсаційних виплат;
- економічні грошові (непрямі) – пільгове харчування, оплата навчання, забезпечення житлом та транспортом та ін.;
- негрошові методи – просування по службі, моральні винагороди, гнучкі графіки роботи, участь працівників в управлінні підприємством.

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

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

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

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

Відповідно до Закону України «Про оплату праці» **заробітна плата** – це винагорода, обчислена зазвичай у грошовому виразі, яку за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу. Розмір заробітної плати залежить від складності та умов виконуваної роботи, професійно-ділових якостей працівника, результатів його праці та господарської діяльності підприємства.

Заробітна плата в ринковій економіці має виконувати такі функції:

- 1) відтворювальну – як джерела відтворення робочої сили і засобу залучення людей до праці;
- 2) стимулювальну – встановлення залежності рівня заробітної плати від кількості, якості і результатів праці;
- 3) регулювальну – як засіб розподілу і перерозподілу кадрів по регіонах країни, галузях економіки з урахуванням ринкової кон'юнктури;
- 4) соціальну – забезпечення соціальної справедливості, однакової винагороди за однакову працю.

Договірне регулювання заробітної плати здійснюється на підставі укладання Генеральної угоди між Кабінетом Міністрів України, Конфедерацією роботодавців України та Всеукраїнськими профспілками й об'єднаннями на відповідний рік; аналогічними галузевими й регіональними угодами; колективним договором, який укладається між адміністрацією підприємства та найманими працівниками, а також трудовим договором, який укладається між керівником підприємства і найманим робітником.

Фонд оплати праці – сума коштів, яка створюється на підприємстві для оплати всіх категорій персоналу і включається до собівартості продукції.

У фонд оплати праці входять:

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

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

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

Основою організації оплати праці в Україні є тарифна система.

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

Основними елементами тарифної системи є:

- довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників;
- тарифні сітки;
- тарифні ставки;
- схеми посадових окладів, або єдина тарифна сітка.

Довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників – це систематизований за видами економічної діяльності збірник описів професій, які наведені у Класифікаторі професій.

Тарифна сітка слугує для визначення співвідношень в оплаті праці робітників, які виконують роботи різної складності. Вона містить певну кількість розрядів і відповідних їм тарифних коефіцієнтів. Тарифний розряд відображає рівень кваліфікації робітника, тобто у робітника вищої кваліфікації – вищий розряд тарифної сітки. Тарифні коефіцієнти показують, у скільки разів оплата праці кожного розряду кваліфікованих робітників вища від оплати праці робітника 1-го розряду.

Ставка 1-го розряду – це мінімальна заробітна плата працівника, визначена в колективному договорі, тобто вона відбиває законодавчо встановлений розмір заробітної плати за просту, некваліфіковану працю, нижче від якого не може здійснюватися оплата за виконану працівником місячну, годинну норму праці (обсяг роботи).

Схеми посадових окладів – це перелік посад і відповідних їм посадових окладів, які визначаються у вигляді верхньої й нижньої межі посадового окладу по кожній посаді.

Питання для самоконтролю

1. Поняття трудових ресурсів та трудового потенціалу.
2. Визначення економічно активного населення.
3. Поняття трудового колективу, персоналу та кадрів підприємства.
4. Визначення чисельності персоналу.
5. Мотивація праці: основні напрями.
6. Функції заробітної плати.
7. Формування фонду оплати праці на підприємстві.
8. Тарифна система оплати праці: основні складові.

Тема 1.5 Майнові ресурси підприємства

Сутність та класифікація активів підприємства. Поняття, склад та класифікація необоротних активів підприємства. Основні засоби підприємства: поняття, функціонально-елементний склад та оцінка. Знос та амортизація основних засобів. Системи показників технічного стану й руху основних засобів підприємства. Показники та шляхи підвищення ефективності використання основних засобів. Оборотні активи підприємства: сутність, функціонально-елементний склад та особливості кругообігу. Сутність, класифікація, види вартості та методи оцінювання вибуття запасів. Дебіторська заборгованість підприємства: сутність, склад, види вартості, призначення та класифікація. Сутність і класифікація грошових активів підприємства та їхніх еквівалентів. Показники та шляхи підвищення ефективності використання оборотних активів підприємства.

Активи – це економічні ресурси підприємства у формі сукупних майнових цінностей, які використовуються в господарській діяльності з метою отримання прибутку.

У світовій практиці найбільш поширеним визначенням активів є: активи – це ресурси, які отримані підприємством в результаті минулих подій, використання яких, як очікується, приведе до збільшення економічних вигод у майбутньому.

За формою функціонування активів виділяють:

– матеріальні активи, які характеризують активи підприємства, котрі мають матеріальну форму (основні засоби, незавершені капітальні вкладення, устаткування, виробничі запаси, обсяг незавершеного виробництва, інші види матеріальних активів;

– нематеріальні активи, які характеризують активи підприємства, котрі не мають матеріальної форми, але беруть участь в господарській діяльності та приносять прибуток (винаходи, корисні моделі, товарні знаки комп'ютерні програми, «ноу-хау» і т. ін.);

– фінансові активи, які характеризують різні фінансові інструменти, котрі належать підприємству або знаходяться в його володінні (грошові кошти, дебіторська заборгованість, фінансові вкладення).

За характером участі в господарському процесі та швидкістю обороту активів виділяють:

– оборотні (поточні) активи, які характеризують сукупність майнових цінностей підприємства, котрі обслуговують поточну виробничо-комерційну (операційну) діяльність і повністю використовуються впродовж одного виробничо-комерційного циклу (виробничі запаси, обсяг незавершеного виробництва, запаси готової продукції, дебіторську заборгованість, грошові активи, короткострокові фінансові вкладення, витрати майбутніх періодів);

– необоротні активи, які характеризують сукупність майнових цінностей підприємства, котрі багаторазово використовуються в процесі господарської діяльності та переносять на продукцію свою вартість поступово (основні засоби, нематеріальні активи, незавершені капітальні вкладення, устаткування, довгострокові фінансові вкладення та ін.).

За характером обслуговування окремих видів діяльності виділяють:

– операційні активи – це сукупність майнових цінностей, котрі використовуються у виробничо-комерційній (операційній) діяльності підприємства з метою отримання операційного прибутку (виробничі основні засоби, нематеріальні активи, які обслуговують операційний процес, оборотні операційні активи за виключенням короткострокових фінансових вкладень);

– інвестиційні активи, які характеризують сукупність майнових цінностей підприємства, пов'язаних із здійсненням його інвестиційної діяльності (незавершені капітальні вкладення, устаткування, довго- та короткострокові фінансові вкладення).

¶ *За характером фінансових джерел формування активів виділяють:*

– валові активи – це сукупність майнових цінностей (активів) підприємства, які сформовані за рахунок як власного, так і позикового капіталу;

– чисті активи, які характеризують вартісну сукупність майнових цінностей підприємства, сформованих винятково за рахунок його власного капіталу.

За ступенем ліквідності активів виділяють:

– активи в абсолютно ліквідній формі – це активи, котрі не потребують реалізації, тобто грошові активи в національній і іноземній валюті;

– високоліквідні активи – це активи, які можуть бути швидко конвертовані в грошову форму (зазвичай на термін до одного місяця) без втрат своєї поточної ринкової вартості (короткострокові фінансові вкладення та короткострокова дебіторська заборгованість);

– середньоліквідні активи – це всі форми дебіторської заборгованості, крім короткострокової та безнадійної, запаси готової продукції для реалізації;

– слаболіквідні активи – це активи, які можуть бути конвертовані в грошову форму впродовж значного періоду часу (від півроку і вище) (запаси сировини, напівфабрикатів, запаси МШП, основні засоби, незавершені капітальні вкладення, устаткування, довгострокові фінансові вкладення);

– неліквідні активи – такі види активів, які самостійно не можуть бути реалізовані (безнадійна дебіторська заборгованість, витрати майбутніх періодів, збитки поточних та минулих років).

Основні засоби – це частина виробничих засобів підприємства, яка багатократно бере участь у виробничому процесі, зберігаючи при цьому свою натуральну форму, переносити свою вартість на вартість виготовленої продукції поступово шляхом нарахування амортизації.

Видова (технологічна) класифікація (залежно від однотипності технічних характеристик), згідно з П(С)БО7 (використовується чинними системами бухгалтерського обліку та статистики) основні засоби підприємства поділяються на 2 групи:

1. Основні засоби:

- земельні ділянки;
- капітальні витрати на поліпшення земель;
- будівлі та споруди, передавальні пристрої;
- машини і обладнання;
- транспортні засоби;
- інструменти, пристосування і господарський інвентар;
- робоча та продуктивна худоба;
- багаторічні насадження;
- інші види основних засобів.

2. Інші необоротні матеріальні активи:

- бібліотечні фонди;
- малоцінні необоротні матеріальні активи;
- тимчасові (нетитульні) споруди;
- природні ресурси;
- інвентарна тара;
- предмети прокату;
- інші види необоротні матеріальних активів.

Основні засоби оцінюються залежно від моменту проведення оцінки (за первісною чи відновленою вартістю) та залежно від їхнього стану (за повною, ліквідаційною, залишковою вартістю, або вартістю, яка амортизується).

Первісна вартість – історична (фактична) собівартість основних засобів у сумі грошових коштів, сплачених або використаних для придбання (створення) основних засобів.

Складається з витрат на:

- придбання або створення; будівництво за кошторисом;
- транспортування; монтаж;
- установку на місці використання;
- на страхування та державну реєстрацію;
- інших витрат, які відбуваються на момент придбання (на момент здачі об'єкта).

Переоцінена (відновлена) вартість – вартість діючих основних засобів за сучасних умов виробництва. Вона враховує ті самі види витрат, що й первісна вартість, але за сучасними цінами.

Залишкова вартість – вартість основних засобів, ще не перенесена на вартість виготовленої продукції. Визначається як різниця між первісною (переоціненою) вартістю і сумою спрацювання основних засобів на момент обчислення.

Ліквідаційна вартість – залишкова вартість основних засобів на момент їхнього вибуття внаслідок спрацювання. Розраховується як сума грошових коштів, яку підприємство очікує отримати від реалізації основних засобів після закінчення терміну використання за мінусом витрат на реалізацію.

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

Середньорічна вартість ($OZ_{c.p.}$) – середньозважена повна вартість основних засобів за рік.

$$OZ_{c.p.} = PB_{n.p.} + \frac{PB_{n.} \cdot T}{12} - \frac{PB_{\epsilon} \cdot (12 - T)}{12}, \quad (9)$$

де $PB_{n.p.}$ – повна вартість основних засобів на початок року;

$PB_{n.}$ – повна вартість основних засобів, що надійшли в розрахунковому році;

PB_{ϵ} – повна вартість основних засобів, що вибули з експлуатації в розрахунковому році;

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

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

Фізичний знос – втрата основними засобами початкових якостей внаслідок експлуатації та/або впливу природно-кліматичних умов.

Унаслідок фізичного зносу основні засоби перестають відповідати вимогам, які до них ставляться. Фізичне зношування може бути усувне та неусувне. Перше ліквідовується шляхом проведення ремонтів, неусувне призводить до руйнації основних засобів та їхньої ліквідації.

Моральний знос – знецінення діючих засобів праці до настання повного фізичного зносу в результаті появи на ринку (під впливом науково-технічного прогресу) більш дешевих аналогічних засобів праці, що дозволяє конкурентам знизити витрати на їхнє придбання (моральний знос 1-го виду); або внаслідок появи більш продуктивних засобів праці за тією самою повною вартістю, що дозволяє конкурентам знизити витрати на виробництво продукції (моральний знос 2-го виду). Моральний знос другого роду частково усувається шляхом модернізації основних засобів.

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

У загальному вигляді величина амортизаційних відрахувань визначається як добуток вартості основних засобів (Воз) і норми амортизаційних відрахувань (Na).

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

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

Рівномірний метод передбачає процес рівномірного зносу основних засобів протягом терміну використання.

Річна сума амортизаційних відрахувань визначається діленням вартості, що амортизується, на очікуваний період часу використання об'єкта основних засобів:

$$AB = \frac{ПВ \cdot Na}{100}$$

$$Na = \frac{100}{T}, \quad (10)$$

де T – нормативний строк функціонування основних засобів у роках.

Нерівномірні методи амортизації дозволяють відшкодувати більшу частину (до 60–75 %) вартості основних засобів у першу половину терміну їхнього використання.

До прискорених методів нарахування амортизації відносять:

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

$$AB = \frac{ЗВ \cdot Na}{100}$$

$$Na = 1 - \sqrt[T]{\frac{Вл}{Впер}} \cdot 100 \% \quad (11)$$

– **метод прискореного зменшення залишкової вартості** передбачає розрахунок амортизаційних відрахувань як добуток залишкової вартості об'єкта на початок звітного року та річної норми амортизації, що обчислюється,

виходячи із строку корисного використання об'єкта, і подвоюється:

$$AB = \frac{3B \cdot Na}{100}$$
$$Na = \frac{2 \cdot 100}{T}; \quad (12)$$

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

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

Рівень технічного стану основних засобів визначається такими показниками:

1) *коефіцієнтом зносу*, що характеризує ступінь фізичного зносу основних засобів:

$$K_z = \frac{3}{ПВ}, \quad (13)$$

де 3 – величина зносу основних засобів на момент розрахунку;

ПВ – повна (первісна) вартість основних засобів на момент розрахунку;

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

$$K_n = \frac{3B}{ПВ}, \quad (14)$$

де 3B – залишкова вартість основних засобів.

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

1) *коефіцієнт надходження*:

$$K_n = \frac{OZ_n}{OZ_k}, \quad (15)$$

де OZ_n – вартість основних засобів, що надійшли за певний період часу на підприємство;

OZ_k – вартість основних засобів (повна) на кінець року;

2) коефіцієнт вибуття:

$$K_v = \frac{O\Phi_v}{O\Phi_{n.p.}},$$

3)

$$K_v = \frac{OЗ_v}{OЗ_{n.p.}}, \quad (16)$$

де $OЗ_v$ – вартість основних засобів, що вибули з підприємства за певний період часу;

$OЗ_{n.p.}$ – вартість основних засобів (повна) на початок року.

Ефективність використання основних засобів характеризує система узагальнювальних та часткових показників.

Узагальнювальні показники:

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

$$\Phi_v = \frac{Q}{OЗ_{cp}}, \quad (17)$$

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

$OЗ_{cp}$ – середньорічна вартість основних засобів підприємства, грн;

2) оберненим до фондовіддачі показником є *фондомісткість (ФМ)* – це питомий показник потреби основних виробничих фондів для забезпечення виконання одиниці робіт або виробництва одиниці продукції. Показує частку вартості основних засобів, які припадають на кожну гривню виробленої продукції:

$$\Phi_m = \frac{OЗ_{cp}}{Q}; \quad (18)$$

3) *фондорентабельність (ФРЕНТ)* – показує скільки прибутку віддає нам одна гривня, вкладена в основні засоби:

$$\Phi_{рент} = \frac{\Pi}{OЗ_{cp}}, \quad (19)$$

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

4) *фондоозброєність праці робітників (ФОЗБР)* – характеризує рівень озброєності праці робітників засобами праці:

$$\Phi_{\text{ОЗБР}} = \frac{\text{ОЗ}_{\text{ср}}}{\text{Ч}_{\text{ср}}}, \quad (20)$$

де $\text{Ч}_{\text{ср}}$ – середньооблікова чисельність промислово-виробничого персоналу за досліджуваний період, осіб.

Для характеристики ефективності використання засобів праці на більшості підприємств виробничої сфери застосовують часткові показники:

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

Оборотні активи – сукупність майнових цінностей підприємства, які беруть участь у створенні продукції, цілком споживаються у виробничому процесі і повністю переносять свою вартість на продукцію, що виробляється упродовж операційного циклу або 12 місяців з дати балансу.

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

Характерною особливістю оборотних активів є:

- повне використання оборотних активів в кожному виробничому циклі;
- повне перенесення своєї вартості на готову продукцію;
- більш висока ліквідність; знаходження частини оборотних активів у вигляді готових засобів платежу;
- висока швидкість обороту.

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

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

- виробничі запаси – предмети праці, які ще не залучені у виробничий процес і знаходяться на складах підприємства у вигляді запасів (сировина, основні та допоміжні матеріали, паливо, пальне, куповані напівфабрикати та комплектуючі вироби, тара, запчастини для поточного ремонту основних засобів, малоцінні та швидкозношувані предмети, зокрема змінний інструмент);

– незавершене виробництво – предмети праці, що вступили у виробничий процес, але ще не пройшли всіх стадій обробки (матеріали, деталі, вироби, які знаходяться в процесі обробки або зборки, а також напівфабрикати власного виробництва не закінчені виробництвом);

– витрати майбутніх періодів – витрати на підготовку та освоєння нової продукції, що наявні в цей період, але будуть погашені в майбутньому (плата за ліцензії, передплата газет та журналів та інші витрати).

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

- готова продукція на складах підприємства;
- готова продукція, що відвантажена і знаходиться у дорозі, або роботи виконані але, за які не здійснена оплата;
- грошові кошти на поточному та інших рахунках;
- короткострокові фінансові вкладення (вклади на депозит, облігації, сертифікати банків);
- товари (засоби придбані для подальшої реалізації);
- готівка в касі.

Кругообіг оборотних активів – процес їх безперервного руху при здійсненні господарської діяльності, який супроводжується послідовною трансформацією їхніх видів та зміною вартості.

Оборотні кошти здійснюють кругообіг послідовно проходячи грошову, виробничу, товарну форми (рис. 1).

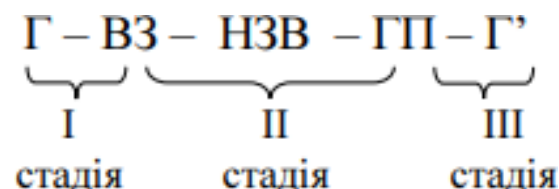


Рисунок 1 – Стадії кругообігу оборотних коштів

I стадія – постачання. Оборотні кошти витрачаються на придбання сировини, матеріалів і інших ресурсів, тобто переходять із грошової форми в матеріально-товарну, а кошти зі сфери обігу – у сферу виробництва, формують певні виробничі запаси.

II стадія – виробнича. На цій стадії в процес виробництва включаються робітники, які одержують за виконану роботу заробітну плату. Оборотні I стадія II стадія III стадія кошти перетворюються спочатку на запаси незавершеного виробництва, потім – готову продукцію. Оборотні кошти знову набувають товарної форми.

III стадія – збут. Підприємство реалізує готову продукцію, оборотні кошти зі сфери виробництва переходять у сферу обігу і знову набувають грошової

форми. На останній стадії кругообігу виготовлена продукція продається і підприємство має відповідну виручку (суму грошей), яка не лише повністю відшкодовує раніше авансовані витрати, а й дає певний прибуток. Грошова форма, якої набувають оборотні кошти на третій стадії їхнього кругообігу, одночасно є початковою стадією нового обороту.

Кругообіг оборотних активів підприємства характеризується такими основними показниками: довжина виробничого, операційного та фінансового циклів.

Операційний цикл – проміжок часу між придбанням запасів для здійснення діяльності та отриманням коштів від реалізації виробленої з них продукції або товарів і послуг.

Виробничий цикл – розпочинається з моменту надходження матеріалів на склад підприємства і закінчується в момент відвантаження покупцю продукції, що була виготовлена з цих матеріалів.

Фінансовий цикл – розпочинається з моменту оплати постачальникам матеріалів (погашення кредиторської заборгованості) і закінчується в момент отримання грошових коштів від покупців за відвантажену продукцію (погашення кредиторської заборгованості).

Ефективність використання оборотних активів характеризується швидкістю їхнього обертання, оборотністю. Оборотністю називається оборот оборотних засобів, виміряний у часі. Економічне значення оборотності полягає в тому, що від неї залежить величина необхідних підприємству сум грошових коштів для здійснення процесу виробництва і реалізації продукції.

Питання для самоконтролю

1. Економічна сутність активів підприємства.
2. Класифікація активів підприємства.
3. Основні характеристики необоротних активів підприємства.
4. Основні характеристики оборотних активів.
5. Економічна сутність основних засобів.
6. Поняття зносу. Фізичний та моральний знос.
7. Облік та оцінка основних засобів.
8. Економічна сутність амортизації.
9. Методи нарахування амортизації.
10. Показники оцінювання стану основних засобів.
11. Показники ефективності використання основних засобів.
12. Стадії кругообігу оборотних активів.
13. Поняття операційного, виробничого та фінансового циклів.
14. Показники оцінювання ефективності використання оборотних активів.

Тема 1.6 Фінансові ресурси підприємства

Сутність, склад, класифікація та джерела формування фінансових ресурсів підприємства. Загальна характеристика та класифікація капіталу підприємства. Кредитування підприємства: поняття, принципи, форми.

Поняття структури та вартості капіталу підприємства. Методичні підходи до оцінки ефекту фінансового важеля та середньозваженої вартості капіталу.

Фінансові ресурси – це загальна сума власного, позиченого та залученого капіталу, що використовується підприємствами для формування своїх активів і здійснення господарської діяльності з метою одержання прибутку.

Основними джерелами формування фінансових ресурсів підприємств є:

- власні кошти – зареєстрований (пайовий), амортизаційні відрахування, валовий дохід та прибуток;

- залучені кошти – це кошти, які не належать підприємству, але внаслідок діючої системи розрахунків постійно перебувають в їхньому обігу. Формуються вони за рахунок усіх видів кредиторської заборгованості підприємства;

- запозичені кошти – кошти, що одержує підприємство на визначений термін, за плату й на умовах повернення.

Основні складові фінансових ресурсів підприємства і джерела їх формування:

1. *Прибуток* – це грошовий вираз фінансових ресурсів, що створюються підприємствами будь-якої форми власності та належить їм після розподілу доходів від господарської діяльності. Прибуток відображає позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва і в кінцевому рахунку свідчить про обсяг і якість виробленої продукції, стан продуктивності праці, рівень собівартості. Прибуток також є не лише джерелом забезпечення внутрішньогосподарських потреб підприємств, а й джерелом формування бюджетних ресурсів держави.

2. *Амортизаційні відрахування* – це вид цільових фінансових ресурсів, які відображають перенесення на готову продукцію частини вартості використовуваних основних засобів і є фінансовими ресурсами підприємства для їхнього відтворення.

3. *Бюджетні асигнування* завжди мають суворо визначений порядок використання й можуть надаватися підприємству у формі:

- бюджетних інвестицій – виділення коштів у вигляді капітальних вкладень на розвиток виробництва в пріоритетних напрямках, які впливають на ефективність економіки країни загалом;

- бюджетних кредитів – надаються підприємствам державного сектора економіки на тимчасові потреби в разі фінансових ускладнень. Вони здійснюються зазвичай на зворотній основі під затверджені проекти використання коштів; можуть бути безпроцентними або з невисокою відсотковою ставкою;

- державних дотацій – виділення коштів на відшкодування збитків підприємств, коли збитковість є наслідком ринкової кон'юнктури або політики держави;

- державних субсидій – виділення коштів із бюджету суб'єктам підприємницької діяльності на вирішення конкретних завдань у межах спеціальних державних програм розвитку.

4. *Надходження з централізованих корпоративних фондів* характеризують внутрішньокорпоративний перерозподіл фінансових ресурсів за принципом сальдо відносин.

5. *Кредити* – фінансові ресурси, які тимчасово надані в користування та розпорядження підприємства для покриття тимчасових і сезонних потреб виробництва.

Кредит існує в двох формах:

– комерційний (товарний) кредит – це придбання товарів або послуг із відстрочкою платежу;

– банківський кредит – позичка від банку або інших установ у грошовій формі під певний відсоток.

Наявність достатнього обсягу фінансових ресурсів та їхнє ефективне використання визначають задовільний фінансовий стан підприємства: платоспроможність, фінансову стійкість, ліквідність і рентабельність. З огляду на це, найважливішим завданням підприємств є пошук резервів збільшення власних фінансових ресурсів і найкращого їхнього використання з метою підвищення ефективності роботи підприємства.

Капітал підприємства характеризує загальну вартість у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, інвестовану у формування його активів. Розглядаючи економічну сутність капіталу підприємства, варто зазначити такі його характеристики:

1. Капітал підприємства є основним фактором виробництва.

2. Капітал характеризує фінансові ресурси підприємства, які забезпечують дохід.

3. Капітал є головним джерелом формування добробуту його власників.

4. Капітал підприємства є головним виміром його ринкової вартості.

5. Динаміка капіталу підприємства характеризує ефективність його господарської діяльності.

Виділяють два типи джерел формування фінансових ресурсів підприємства (табл. 1).

Капітал підприємства, який не є власним, поділяється на позиковий та залучений. Різниця між ними у тому, що позиковий капітал залучається на умовах терміновості, повернення та платності, а залучений – не передбачає дотримання принципу платності.

Таблиця 1 – Джерела формування фінансових ресурсів

Власний капітал	Позиковий / залучений капітал
Статутний капітал [zareestrovaniy (payoviy)]; амортизаційний фонд; резервний фонд; додатковий капітал; нерозподілений прибуток	отримані кредити; цільове фінансування; отримані інвестиції; кошти, мобілізовані на фінансовому ринку; кредиторська заборгованість

Таким чином, до позикового капіталу відносяться кредити та інвестиції, а до залученого – переважно кредиторська заборгованість. Цільове фінансування дорівнюється до власного капіталу, тому що кошти, залучені таким чином, не потребують повернення та сплати відсотків за їхнє використання.

Структура капіталу підприємства – це співвідношення всіх форм власних та запозичених грошових коштів, що використовуються підприємством з метою фінансування активів. Сьогодні цей термін часто замінюють поняттям «фінансовий важіль».

Важіль – інструмент, що полегшує або примножує ефект затрачених зусиль. Залучення позикового фінансування повинне працювати заради досягнення інтересів власника, а точніше, заради зростання ринкової вартості активів підприємства. Отже, структура капіталу відіграє провідну роль у формуванні ринкової вартості підприємства. Цей зв'язок опосередковується показником середньозваженої вартості капіталу.

Вартість капіталу – це відношення плати за використання фінансових ресурсів до обсягу цих ресурсів, виражене у відсотках. Визначення вартості капіталу не обмежується тільки обчисленням відсотків, які необхідно сплатити власникам фінансових ресурсів, воно також характеризує ту норму рентабельності, яку повинно досягти підприємство, щоб не знизити своєї ринкової вартості. Вартість підприємства визначає вартість використовуваних ресурсів та його цінність на ринку інвестицій, продукції та капіталу (чим менша ціна капіталу, тим більш привабливе підприємство).

Середньозважена вартість капіталу показує середню дохідність, якої очікують (вимагають) капіталодавці (власники та кредитори), вкладаючи показник структури капіталу показник середньозваженої вартості капіталу показник ринкової вартості підприємства кошти в підприємство. Вона залежить від структури капіталу, а також ціни залучення капіталу від власників і кредиторів. Економічний зміст середньозваженої вартості капіталу полягає в тому, що підприємство може ухвалювати будь-які рішення (зокрема інвестиційні), якщо рівень їхньої рентабельності не нижче поточного значення показника середньозваженої вартості капіталу.

Функціональну залежність між рентабельністю власного капіталу та його структурою можна дослідити на основі визначення ефекту фінансового левериджу (ЕФЛ).

Фінансовий важіль (леверидж) – це інструмент регулювання пропорцій власного та позикового капіталу з метою максимізації рентабельності власних коштів підприємства. Його дія виявляється в ефекті фінансового важеля, який показує, на скільки відсотків збільшується рентабельність власного капіталу за рахунок залучення позикових коштів в оборот підприємства і розраховується за формулою:

$$ЕФЛ = (1 - S) \cdot (PA - \Pi) \cdot \frac{ПК}{БК}, \quad (21)$$

де PA – коефіцієнт валової рентабельності авансованого капіталу (активів), %;

Π – середня величина відсотків, які підприємство сплачує за позиковий капітал, %;

ΠK – середня сума позикового капіталу;

BK – середня сума власного капіталу;

S – ставка податку на прибуток, виражена десятковим дробом.

Ефект фінансового важеля досягається тільки тоді, коли економічна рентабельність активів фірми вища за середню ставку відсотка із залучених коштів. Цей показник певною мірою дозволяє знайти наближене значення оптимальної структури капіталу, тобто виявити граничну межу використання позикового капіталу для конкретного підприємства.

Питання для самоконтролю

1. Економічна сутність фінансових ресурсів підприємства.
2. Поняття капіталу підприємства.
3. Основні складові фінансових ресурсів підприємства і джерела їхнього формування.
4. Складові власного капіталу підприємства.
5. Складові залученого / запозиченого капіталу підприємства.
6. Визначення вартості капіталу підприємства
7. Визначення ефекту фінансового левериджу.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 РЕЗУЛЬТАТИ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Тема 2.1 Витрати і собівартість підприємства

Сутнісна характеристика та класифікація витрат підприємства. Собівартість продукції (робіт, послуг) її види. Методи калькулювання продукції підприємства. Зміст і методика обчислення кошторису витрат на виробництво продукції. Управління поточними витратами на підприємстві.

Собівартість продукції – це виражені в грошовій формі поточні витрати підприємства на підготовку виробництва, виготовлення та збут продукції.

Собівартість комплексно характеризує ступінь використання всіх ресурсів підприємства, а отже, і рівень техніки, технології та організації виробництва. Тому собівартість є одним з важливих показників ефективності виробництва. Крім того, собівартість є базою ціни товару і водночас обмежувачем для виробництва.

Залежно від часу формування витрат розрізняють:

- планову собівартість, яка визначається перед початком планового періоду на основі норм витрат ресурсів і цін на них в момент складання плану;
- фактичну собівартість, яка відображає фактичні витрати на виробництво й реалізацію продукції.

Групування витрат за економічними елементами характеризує використання ресурсів за їх економічним змістом незалежно від і місця їхнього використання (на той чи інший об'єкт віднесення витрат).

За економічними елементами витрати поділяють у такий спосіб:

1. Матеріальні витрати:

- 1) витрати, пов'язані з підготовкою та освоєнням нових видів робіт (послуг);
- 2) витрати, пов'язані з використанням природної сировини;
- 3) витрати некапітального характеру, пов'язані з удосконаленням технологій та організацією виробництва, поліпшенням якості робіт (послуг);
- 4) витрати на обслуговування виробничого процесу:
 - на матеріали, паливо, енергію, на роботи і послуги виробничого характеру, що виконуються сторонніми організаціями. З витрат на матеріальні ресурси вираховується вартість зворотних відходів;
 - проведення поточного ремонту, технологічного огляду та технічного обслуговування основних виробничих фондів;
 - забезпечення правил техніки безпеки праці, пожежної і сторожової охорони;
 - забезпечення працівників спеціальним та форменим одягом;
- 5) витрати, пов'язані з управлінням підприємством (утримання апарату управління, службові відрядження, канцелярські, поштові витрати тощо).

2. Витрати на оплату праці:

- 1) виплати за окладами й тарифами;
- 2) премії та заохочення;
- 3) компенсаційні виплати;
- 4) оплата відпусток;
- 5) інші витрати на оплату праці.

3. Відрахування на соціальні заходи:

- 1) відрахування на пенсійне забезпечення;
- 2) відрахування на соціальне забезпечення;
- 3) страхування на випадок безробіття;
- 4) страхування від нещасного випадку на виробництві

На даний момент в країні діє нарахування єдиного соціального внеску, який враховує усі перераховані напрями.

4. Амортизація:

- 1) амортизація основних засобів;
- 2) амортизація інших необоротних матеріальних активів;
- 3) амортизація нематеріальних активів.

5. Інші витрати:

- 1) витрати на перевезення працівників до місця роботи і назад;
- 2) витрати, пов'язана з набором робочої сили;
- 3) платежі з обов'язкового страхування майна підприємства;
- 4) витрати на оплату відсотків за фінансовими кредитами, одержаними

для поповнення власних оборотних коштів, придбання основних виробничих фондів і нематеріальних активів;

- 5) виплати, пов'язані з оплатою послуг комерційних банків;
- 6) витрати на виготовлення і придбання бланків цінних паперів;
- 7) витрати на реалізацію продукції, участь у виставках, ярмарках

тощо; інші витрати.

Калькулювання – це процес визначення собівартості продукції, який полягає у акумулюванні затрат на виробництво і віднесення їх на готовий продукт. За допомогою калькулювання визначають собівартість одиниці продукції.

Об'єкт калькулювання – це та продукція чи роботи (послуги), собівартість яких обчислюється. До об'єктів калькулювання на підприємстві належать: основна, допоміжна продукція (інструмент, енергія, запчастини та ін.); послуги та роботи (ремонт, транспортування і т. п.). Головний об'єкт калькулювання – готові вироби, які поставляються за межі підприємства (на ринок).

Метод калькулювання – це сукупність прийомів і способів, що використовується для обчислення собівартості окремих видів продукції.

Найчастіше використовуються такі методи калькулювання:

– за повними витратами – за використання якого всі види витрат, що стосуються виробництва й продажу продукції, включають у калькуляцію. Такий метод є традиційним для вітчизняних виробничих підприємств;

– за неповними витратами – передбачає, що собівартість продукції визначається тільки за змінними витратами. Наприклад, до виробничої собівартості продукції відносять прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці і частину загальновиробничих витрат, що є змінними. Постійні загальновиробничі затрати не включають у собівартість продукції, а зараховують до витрат періоду. Вони підлягають обліку окремо, їх віднімають від виручки за певний період під час визначення прибутку. Класичним методом калькулювання за неповними витратами є так званий метод «Direct-cost», коли на собівартість окремих виробів відносять лише прямі витрати, а непрямі – на певний період.

Калькулювання собівартості продукції з повним розподілом затрат може здійснюватись:

- згідно із замовленнями (проектами);
- згідно з процесами;
- на основі виробничої діяльності.

Об'єктами обліку *при калькулюванні витрат згідно із замовленнями* є певні окремі замовлення (проекти). Прямі затрати відносять на собівартість замовлень у повному обсязі. Загальновиробничі затрати, які є непрямими, протягом певного періоду (наприклад, місяця) враховують окремо, а в кінці місяця відносять на собівартість окремих замовлень через їхній розподіл.

Калькулювання *витрат згідно з процесами* (попередільний метод) використовують у тих виробництвах, де вихідна сировина проходить цілу низку технологічних виробничих процесів, переділів виробництва. На кожному переділі отримують напівфабрикат, який є вихідною сировиною (або матеріалом) для подальшого переділу. На останньому переділі отримують готову продукцію. Цей метод використовують у металургійній, хімічній, текстильній та інших галузях промисловості. Затрати за цим методом враховують по переділах і видах продукції.

Система *калькулювання на основі виробничої діяльності* зорієнтована на контроль і скорочення тривалості виробничого процесу, особливо тих операцій, які не збільшують цінності виробу (транспортування, зберігання, контроль та ін.), що сприяє зниженню витрат і собівартості продукції. За цієї системи калькулювання виробничі накладні затрати обліковують за так званими «центрами виробничої діяльності», а потім розподіляють між видами продукції на основі баз розподілу, тобто для кожного виду затрат визначають свою базу (фактор) розподілу, а потім розраховують величину цих затрат на одиницю фактору їхньої зміни. За базу розподілу можуть бути прийняті виробничі показники, кількість співробітників, кількість відпрацьованого часу тощо.

Методика обчислення основних статей калькуляції

У процесі калькулювання прямі витрати обчислюються безпосередньо на калькуляційну одиницю згідно з чинними нормами й цінами. На непрямі витрати спочатку складають кошторис на певний період, після чого витрати розподіляють між різними виробами за відомою методикою.

Стаття «Сировина й матеріали» містить витрати на сировину, основні, допоміжні матеріали, закуплені вироби та напівфабрикати, тобто витрати, які

можна безпосередньо обчислити на одиницю продукції на підставі витратних норм і цін. Крім ціни матеріалів, ураховуються транспортно-заготівельні витрати (плата за транспортування, вантажно-розвантажувальні роботи, комісійні виплати заготівельним організаціям та ін.). Із вартості сировини й матеріалів віднімають вартість відходів за ціною їхнього можливого використання чи продажу.

Стаття «Енергія технологічна» включає витрати на енергію (паливо, електроенергію, пару, газ та ін.), яка безпосередньо використовується в технологічному процесі для зміни стану або форми предметів праці (плавлення, нагрівання, зварювання, сушіння і т. п.). Обчислюється за нормами витрат і тарифами на енергію.

Стаття «Основна заробітна плата робітників» містить витрати на оплату праці робітників, безпосередньо зайнятих виготовленням основної продукції. Обчислюється згідно з нормами витрат часу на виконання технологічних операцій і тарифними ставками або відрядними розцінками на операції, деталі, вузли. Додаткова зарплата (оплата відпусток, часу виконання державних обов'язків, доплати за виконання додаткових функцій та ін.) обчислюється у відсотках від основної, а відрядження на соціальні потреби – робітників у відсотках від суми основної та додаткової зарплати.

Стаття «Утримання та експлуатація машин і устаткування» є комплексною та охоплює такі витрати, як амортизаційні відрядження стосовно машин та устаткування, котрі належать до основних засобів, витрати на електроенергію, паливо для приведення їх у дію, технологічний інструмент, ремонт, оплату праці з відповідними відрядженнями на соціальні потреби робітників, які обслуговують машини (наладники, електрики, слюсарі та ін.). На ці витрати складається кошторис для кожного цеху (виробництва) на рік (квартал). На одиницю кожного різновиду продукції витрати на утримання та експлуатацію машин і устаткування обчислюються методом розподілу.

Статті «Загальновиробничі витрати», «Адміністративні витрати» близькі за змістом і різняться тільки за рівнем узагальнення витрат. Загальновиробничі – це витрати на управління, виробниче й господарське обслуговування в межах цеху (виробництва), а адміністративні – на рівні підприємства. Вони розподіляються зазвичай пропорційно основній зарплаті робітників.

Стаття «Підготовка та освоєння виробництва» може містити три різновиди витрат на: освоєння нових підприємств, виробництв, цехів, агрегатів (пускові витрати); підготовку та освоєння нової продукції; підготовчі роботи в добувній промисловості. Ці витрати списуються на продукцію рівними частками за встановлений період їхнього відшкодування. Витрати на підготовку та освоєння нової продукції в серійному і масовому виробництві згідно з прийнятим порядком фінансуються із прибутку або з позабюджетних фондів фінансування науки і техніки.

Стаття «Витрати на збут» містить деякі прямі витрати, і їх можна обчислити безпосередньо для окремих виробів (витрати на тару, пакування, рекламу, транспортування, в певний район ринку). Непрямі витрати (на аналіз

ринку, комісійні виплати організаціям збуту, проведення ярмарків тощо) розподіляються між виробами пропорційно їхній виробничій собівартості.

Управління витратами – це процес цілеспрямованого формування витрат за їхніми видами, місцем і носіями при постійному контролі рівня та стимулюванні зниження. Управління витратами є важливою функцією внутрішнього економічного механізму будь-якого підприємства. Формування витрат за видами показує, які витрати і відповідно ресурси потрібні для виконання певної роботи і здійснення операційної діяльності в цілому, за місцем – дозволяє організувати систему відповідальності за рівень витрат, за носіями – дає можливість визначити витрати на окремі види робіт і виробів.

Суб'єктами управління витратами виступають керівники та фахівці підприємства і виробничих підрозділів (виробництв, цехів, відділів, ділянок тощо). Окремі функції й елементи управління витратами виконуються службовцями підприємства за їхньої активної участі.

Об'єктами управління є витрати на розробку, виробництво, реалізацію, використання (експлуатацію) й утилізацію продукції (робіт, послуг).

Місце витрат – це сегмент їхнього формування. Первинним місцем витрат є робоче місце, де безпосередньо використовуються і витрачаються ресурси в процесі виконання роботи (операцій). Разом із тим місцем витрат може бути й інтегрованіша структура як сукупність організаційно поєднаних робочих місць (дільниці, підрозділ і т. п.).

Для управління витратами місця витрат організуються в центри відповідальності. *Центр відповідальності* – це місце витрат або організаційна єдність кількох місць, за якими контролюються витрати і встановлена відповідальність за їхній рівень. Отже, для центру відповідальності встановлюється плановий (нормативний) рівень витрат на обсяг роботи (виробництва) в певному календарному періоді, організується облік витрат (оперативний, бухгалтерський) і періодично оцінюється додержання центром відповідальності встановлених планових витрат, причин відхилень фактичних витрат від нормативних.

Види контролю витрат групуються виходячи з частоти контрольних операцій та часу здійснення контролю.

За частотою контрольних операцій контроль поділяють:

- поточний контроль;
- безперервне (щоденне) відстеження руху матеріальних цінностей, незавершеного виробництва і продукції.

Основним інструментом є оперативний облік. Дає можливість своєчасно фіксувати і реагувати на неприпустимі відхилення в ході виробничого процесу;

- періодичний контроль здійснюється із встановленою регулярністю (раз у тиждень, раз у декаду, раз на місяць тощо), виходячи з сформульованих управлінських потреб.

Інформаційну базу звітів періодичного контролю становлять дані оперативного і бухгалтерського обліку контрольованих показників. Разовий контроль не має наперед визначеної регулярності і мети. Його зміст встановлюється в кожному окремому випадку. Переважно він має форму

інвентаризації активів (матеріальних, фінансових), ревізії діяльності чи аудиторської перевірки.

За часом здійснення розрізняють види контролю:

- попередній контроль виконується до початку дій по реалізації планів. Він охоплює перевірку планів на внутрішню несуперечність, реалістичність, прогресивність, контроль ресурсів (кадрових, матеріальних, фінансових);

- проміжний контроль проводять безпосередньо під час виконання планових завдань. Він спрямований на поточне регулювання роботи з виконання планів витрат. Проміжний контроль може бути різним за своєю метою та частотою контрольних операцій. Він повністю охоплює поточний і періодичний види контролю, а також може мати форму разового контролю;

- заключний контроль здійснюється наприкінці планового періоду. В його межах дається оцінка ступеня виконання запланованих показників витрат у цілому. Заключний контроль дозволяє визначити напрями економії та раціонального використання ресурсів. Може застосовуватись при моральному та матеріальному заохоченні працівників, задіяних у виконанні планових завдань.

Управління витратами на підприємстві припускає виконання усіх функцій, що властиві управлінню будь-яким об'єктом, тобто розробку (прийняття) і реалізацію рішень, а також контроль за їхнім виконанням.

Функції управління витратами реалізуються за елементами управлінського циклу: прогнозування і планування, організація, координація і регулювання, активізація і стимулювання виконання, облік і аналіз. Прогнозування і планування витрат здійснюють на стадії розробки (прийняття) управлінського рішення.

Перспективне (довгострокове) планування передбачає підготовку інформації щодо очікуваних витрат під час освоєння нових ринків збуту, організації розробки і випуску нової продукції, збільшенні (нарощуванні) потужності підприємства.

Поточне (короткострокове) планування конкретизує реалізацію довгострокових планів.

Планування витрат здійснюється з метою визначення необхідного рівня витрат для забезпечення ефективної роботи підприємства, а також обчислення прибутку, який буде отримано за певного рівня і структури витрат.

Організація визначає порядок управління витратами на підприємстві, відповідальних осіб, строки, види інформації і документів, способи організації. Визначаються місця виникнення витрат, центри витрат і центри відповідальності за їхнє дотримання.

Координація і регулювання (контроль) витрат передбачає поточне порівняння фактичних витрат з плановими, виявлення відхилень і прийняття оперативних заходів, щодо їхньої ліквідації.

Мотивація полягає у пошуку способів взаємодії з персоналом та впливу на нього з метою дотримання планових витрат та виявлення можливої економії ресурсів. Мотивування здійснюється як через матеріальні, так і моральні фактори.

Облік витрат полягає у спостереженні, ідентифікації, вимірюванні та реєстрації фактів витрачання ресурсів у процесі господарської діяльності підприємства. На підприємствах облік організовується за економічними елементами витрат, за статтями калькуляції, за місцями виникнення витрат та центрами відповідальності.

Аналіз витрат допомагає оцінити ефективність використання всіх ресурсів підприємства. Проміжний аналіз спрямований на поточне регулювання процесу виконання плану витрат. Досягнуті результати порівнюються з планом, фіксуються відхилення, на які варто звернути увагу, робляться певні висновки для забезпечення відповідних заходів. Підсумковий аналіз пов'язаний з оцінюванням реалізації планових завдань у цілому. За його результатами розробляються стратегічні заходи з удосконалення системи управління витратами на підприємстві.

Питання для самоконтролю

1. Поняття витрат. Види витрат.
2. Поділ витрат за економічними елементами.
3. Поняття собівартості. Види собівартості.
4. Методи калькулювання витрат.
5. Методика калькулювання витрат.
6. Поняття управління витрат.
7. Суб'єкт та об'єкт управління витрат.
8. Формування центрів відповідальності витрат.
9. Функції управління витрат.

Тема 2.2 Цінова політика підприємства

Економічний зміст та функції ціни. Види цін. Методи ціноутворення на продукцію підприємства. Цінова політика підприємства: сутність, принципи та особливості формування.

Ціна – це грошовий вираз вартості товару (продукції, послуги). Вона завжди коливається навколо ціни виробництва та відображає рівень суспільно необхідних витрат праці.

Попит зазвичай визначає максимальну ціну, яку підприємство може запросити за свій товар. Мінімальна ціна товару визначається витратами на його виробництво. Ціна на товар повинна повністю покривати всі витрати на його виробництво і збут, включаючи справедливую норму прибутку за докладені зусилля і ризик. На встановлення цін впливають також ціни конкурентів та їхня ринкова реакція.

У ринковій економіці ціна виконує такі функції:

1. *Облікова функція* – ціна вимірює величину сукупних витрат виробництва та обігу товарів та розмір прибутку, тобто ціни показують, скільки коштує суспільству задоволення конкретної потреби в тій чи іншій продукції.

2. *Стимулювальна функція* – за допомогою системи цін реалізуються економічні інтереси всіх учасників відтворення й суспільства загалом. Через систему цін стимулюються підвищення ефективності господарювання, збільшення обсягу виробництва, поліпшення якісних параметрів товарів, відновлення асортименту, поліпшення структури споживання, скорочення часу обігу й та ін.

3. *Розподільна функція* – ціни виступають інструментом розподілу й перерозподілу національного доходу між галузями економіки, її секторами, різними формами власності, регіонами, фондами нагромадження і споживання, різними соціальними групами населення. Ця функція ціни також передбачає облік у ціні акцизу на окремі групи товарів, ПДВ.

4. *Вимірювальна функція* – завдяки ціні можна виміряти, визначити кількість грошей, що покупець має сплатити, а продавець – одержати за проданий товар.

5. *Функція балансування попиту та пропозиції* – через ціни здійснюється зв'язок між виробництвом та споживанням, пропозицією та попитом. Ціна стимулює збільшення пропозиції у разі нестачі товарів і знижує попит у разі надлишку товарів. Ціна повинна зацікавлювати виробника в підвищенні якості й розширенні асортименту необхідних ринку товарів, що користуються попитом.

6. *Функція ціни як критерію раціонального розміщення виробництва* – за допомогою механізму цін для одержання більш високого прибутку здійснюється перехід капіталів з одного сектора економіки в інший і всередині окремих секторів туди, де норма прибутку більш висока.

Залежно від особливостей купівлі-продажу і сфери економіки розрізняють:

- *світові ціни* – це грошовий вираз міжнародної вартості товарів, що реалізуються (продаються) на світовому ринку. Вони визначаються: для одних товарів – рівнем цін країни-експортера; для інших – цінами бірж та аукціонів; для багатьох готових виробів – цінами провідних фірм-світу;

- *оптові (відпускні) ціни* на продукцію виробничо-технічного призначення, товари народного споживання – закупівельні ціни на сільськогосподарську продукцію, що застосовуються постачально-збутовими, заготівельними організаціями, оптово-посередницькими фірмами, підприємствами (організаціями) оптової торгівлі та іншими юридичними особами, які здійснюють торговельну діяльність відповідно до свого статуту. Вони включають оптову (відпускну) ціну підприємства-виробника, податок на додану вартість, акцизний та ліцензійний збори, а також витрати зазначених підприємств (організацій) на закупівлю, збереження, фасування, транспортування і реалізацію продукції та прибуток, необхідний для нормальної діяльності;

- *роздрібні ціни* визначаються самостійно торговельними підприємствами, підприємствами громадського харчування та іншими юридичними особами, які здійснюють продаж товарів чи надають послуги населенню, згідно з кон'юнктурою ринку, якістю товару (послуг), виходячи з вільної ціни закупівлі;

– *тарифи вантажного та пасажирського транспорту* відображають плату за перевезення вантажів і пасажирів, яку справляють транспортні підприємства з відправників і населення;

– *тарифи на платні послуги* характеризують розмір оплати послуг за побутового обслуговування населення, послуг банків і зв'язку, юридичних, консультаційних і інших послуг, що надаються фізичним та юридичним особам.

За ринкових умов господарювання можуть застосовуватися різноманітні методи ціноутворення.

Варто звернути увагу на змістову характеристику головних з них.

1. Розрахунок ціни за методом «середні витрати плюс прибуток» є найпростішим і широко застосовуваним.

Згідно з ним ціна (C) визначається за формулою

$$C = CB + P, \quad (22)$$

де CB – середні витрати (собівартість);

P – величина прибутку в ціні, яка встановлюється самим підприємством (організацією) або обмежується державою як граничний рівень рентабельності продукції (послуг).

Розрахунок ціни на підставі цільового (фіксованого) прибутку вважається різновидом методики визначення ціни на засаді середніх витрат (собівартості). Особливість його полягає в тому, що ціну поставлено в жорстку залежність від загального розміру прибутку, який підприємство передбачає одержати від продажу певної кількості продукції.

За умови прямолінійної динаміки залежних величин ціна встановлюється з використанням формули:

$$C = C_{зм} + \frac{(C_{пост} + P_{заг})}{N}, \quad (23)$$

де $C_{зм}$ – змінні витрати на одиницю продукції (послуги);

$C_{пост}$ – постійні витрати на цю продукцію (послугу) за певний період (квартал, рік);

$P_{заг}$ – загальна сума прибутку, яку можна одержати від продажу продукції (надання послуги) за той самий період;

N – обсяг продажу продукції (наданої послуги) в натуральному вимірі.

2. Установлення ціни на засаді суб'єктивної цінності товару здійснюється з урахуванням потенційного (реально виявленого) попиту.

3. Метод ціноутворення «за рівнем поточних цін» («за рівнем конкуренції») полягає в тому, що ціну розглядають та встановлюють як функцію цін на аналогічну продукцію в конкурентів. Залежно від особливостей продукції й типу ринку (монополія, олігополія) цей метод ціноутворення має різні модифікації (установлення ціни на рівні поточної ринкової ціни або трохи

нижче за неї; установлення ціни на конкретний виріб з урахуванням цін на аналогічну продукцію та співвідношення параметрів цих виробів).

4. **Установлення ціни на підставі результатів закритих торгів** є різновидом методу «за рівнем поточних цін» і застосовується з метою одержання замовлення на виготовлення певної продукції (торг за вигідний контракт).

5. **Метод установлення ціни за місцем походження товару** полягає в тому, що товар передається транспортній організації за умови «франко-вагон»; після цього всі права на товар і відповідальність за нього переходять до покупця (замовника).

6. **Метод установлення єдиної ціни** із включенням у неї витрат на доставку означає відповідні дії підприємства (організації) для включення в ціну фіксованої суми транспортних витрат незалежно від віддаленості покупця (клієнта).

7. Застосування **методу встановлення зональних цін** полягає в тому, що підприємство (фірма) виокремлює кілька зон, у межах яких встановлюються єдині ціни залежно від рівня транспортних витрат.

8. **Метод установлення ціни стосовно базисного пункту** характеризується тим, що продавець (фірма) вибирає конкретний район (місто, область) за базисний і збирає з усіх замовників (клієнтів) транспортні витрати в сумі, що дорівнює вартості поставки з цього району (міста, області) незалежно від того, звідки насправді здійснюється відвантаження товару.

9. **Метод встановлення цін із прийняттям на себе витрат на поставку** означає, що підприємство (організація) частково чи повністю бере на себе фактичні витрати на доставку товару з метою стимулювання надходження замовлень від покупців (клієнтів).

10. **За встановлення цін зі знижками** підприємство-продавець змінює свою вихідну ціну та встановлює певну знижку з неї, ураховуючи дострокову оплату рахунків, закупівлю великого обсягу продукції або посезонну її закупівлю тощо. Це дає змогу підприємству підтримувати більш стабільний рівень виробництва протягом року.

Вибір методу ціноутворення та встановлення відповідно до нього певного рівня ціни є початковим етапом розробки цінової стратегії і тактики підприємства (організації).

Цінова політика – комплекс заходів щодо визначення відпускної ціни, знижок та умов оплати за придбану продукцію чи послуги, управління цінами з урахуванням побажань і можливостей споживачів, а також одночасного забезпечення прибутку підприємства-товаровиробника чи продавця.

Як складова комплексу маркетингу цінова політика розробляється з врахуванням: цілей підприємства; зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на ціноутворення; характеру попиту (зокрема, ступеня еластичності попиту за цінами); витрат виробництва, розподілу і реалізації товару; передбачуваної цінності товару, і реальної; політики конкурентів і т. п.

Залежно від форм реалізації розрізняють:

а) *пряму цінову політику* – полягає в попередньому розрахунку цін і їхньому наступному регулюванні залежно від змін ринкової кон'юнктури;

б) *опосередковану цінову політику* – полягає в опрацюванні системи знижок, умов оплати, поставок, торговельного кредитування.

За рівнем гнучкості розрізняють політику стабільних і гнучких цін, а за видом товарів – цінову політику стосовно нових товарів і товарів, які вже тривалий час перебувають на ринку, тобто стали для нього традиційними.

У процесах управління цінами можуть бути використані такі види політики:

1. *Політика поступового зниження цін*, яка характеризується відносно високим рівнем цін на момент виведення на ринок нового продукту. Пізніше, відповідно до концепції життєвого циклу продукції їхній рівень поступово знижується.

2. *Політика проникнення (політика низьких цін)* використовується підприємством для виведення своїх товарів на нові ринки, створення там належного попиту. Такій політиці притаманні низькі початкові ціни, які в міру зростання попиту, популярності товарів, їх відповідної адаптації до нових ринків поступово можуть також підвищуватись.

3. *Політика «знімання вершків»* (політика високих цін) характерна для товарів, які належать до категорії модних новинок, котрі мають незначну тривалість життєвого циклу. Вона відрізняється максимально можливими цінами під час виведення на ринок нового товару і протягом його існування на цьому ринку як товару-новинки.

4. *Політика диференціювання цін* пов'язана з продажем такого самого продукту різним покупцям, або в різний час (зокрема і протягом доби), або на різних територіях за різними цінами. Така політика сприяє виконанню двох завдань: по-перше, пристосування діяльності підприємства до умов кількох ринків (сегментів), з різними умовами конкуренції, інтенсивністю попиту, доходами споживачів, сприйняттям ними того чи іншого рівня цін; по-друге, досягненню виробничо-економічних, збутових чи логістичних переваг з погляду впливу на поведінку споживачів.

5. *Політика престижних цін* має на увазі утримування підприємством достатньо високих цін на свої товари. Головною передмовою такої політики є висока репутація підприємства, надзвичайно висока якість та унікальність його продукції, загальне визнання його товарної марки.

6. *Політика психологічно комфортних цін* бере до уваги сприйняття споживачами того чи іншого рівня цін на товари, виходячи з їхньої «внутрішньої логіки». Наприклад, заведено вважати: ціни не варто позначати в «круглих» числах.

7. *Політика «вишикування» цін* використовується у разі продажу великого асортименту товарів у межах однієї категорії (товарної лінії). Згідно з цією політикою ціни потрібно «вишиковувати» так, щоб ціновий ряд був достатньо диференційованим.

8. *Політика «збиткового лідера»* обирається для цін на товари, які використовуються споживачами в комплекті. Тут основна деталь комплексу може продаватись навіть за збитковою ціною. Цей збиток покривається за рахунок значно вищих цін на товари-доповнювачі (деталі чи запасні частини).

9. *Політика гнучких цін* передбачає швидку реакцію підприємства на зміну співвідношення попиту і пропонування на ринку. Відповідні зміни ціни можуть відбуватись навіть протягом доби.

10. *Політика стабільних цін* використовується зазвичай для товарів масового попиту, коли ціни на них залишаються стабільними тривалий час, незважаючи на жодні кон'юнктурні коливання.

11. *Політика цін ринкової переваги* обирається підприємствами, які мають перевагу на ринку і можуть забезпечити зниження своїх витрат на виробництво і маркетинг, підвищені доходи від реалізації товарів завдяки великим обсягам збуту. За такої політики товари продаються за ціною дещо нижчою, ніж у підприємств-конкурентів.

12. *Цінова політика виживання* характерна для підприємств, які бажають залишитися у бізнесі, зберегти своїх клієнтів, дочекатись позитивних кон'юнктурних змін. Основна особливість цієї політики – продаж товарів за низькими, навіть збитковими цінами.

13. *Політика сегментної диференціації цін* використовується в міру насичення певного сегменту ринку окремими товаром. Тоді його пропонують іншому сегменту (групі споживачів) за зниженою ціною.

Обираючи той чи інший різновид цінової політики, керівники підприємств мають усвідомити, що процес ціноутворення, який базується на ціннісних позиціях, забезпечить ефективну діяльність суб'єкта господарювання, орієнтуючи її на всебічне розкриття потенційних можливостей у реалізації продукції (послуг) на ринку.

Питання для самоконтролю

1. Поняття ціни. Економічний зміст цін.
2. Функції ціни.
3. Види цін.
4. Основні методи встановлення цін.
5. Поняття цінової політики.
6. Види цінової політики

Тема 2.3 Фінансово-економічні результати діяльності підприємства

Характеристика доходів підприємства та джерел їхнього утворення. Поняття, види та порядок формування і напрями використання прибутку підприємства. Система показників рентабельності та методика їхнього визначення. Оцінка фінансово-економічного стану підприємства.

Доходи підприємства – це збільшення економічних вигод у вигляді надходжень активів або зменшення зобов'язань, які приводять до зростання власного капіталу (крім зростання капіталу за рахунок внесків власників).

Дохід – основне джерело покриття здійснених підприємством витрат та формування прибутку. Це один із найголовніших показників, що впливає на фінансовий стан підприємства.

Основна діяльність – операції, пов’язані з виробництвом та реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), яка є метою діяльності підприємства.

Інвестиційна діяльність – придбання і реалізація необоротних активів.

Фінансова діяльність – операції, що приводять до змін розміру та складу власного і позикового капіталу підприємства. Однією з основних форм доходу від основної діяльності є виручка від реалізації продукції – сума грошових коштів, отриманих підприємством за вироблену продукцію, надані послуги, виконану роботу.

Реалізація – господарча операція, яка передбачає передачу права власності на продукцію в обмін на еквівалентну суму грошових коштів (або боргових зобов’язань).

Доходи підприємства класифікуються за видами діяльності, що здійснюються цим підприємством. Такий підхід дає можливість враховувати особливості кожного виду діяльності, відстежувати зміни за видами діяльності й забезпечувати інформацією для подальшого аналізу та прийняття управлінських рішень. Підприємство отримує доходи як від звичайної діяльності, так і в результаті надзвичайних подій.

Прикладами *звичайної діяльності* є виробництво та реалізація продукції, розрахунки із постачальниками, покупцями та замовниками, працівниками, податковими органами, банківськими установами тощо. До звичайної діяльності також відносять такі операції, як переоцінка вартості майна підприємства, списання знецінених запасів матеріальних цінностей, економічні санкції за порушення договірних зобов’язань або податкового законодавства та ін.

До *надзвичайної діяльності підприємства* відносять операції, які не відбуваються часто або регулярно і відрізняються від звичайних операцій, наприклад пожежі, стихійні лиха, техногенні аварії тощо.

Дохід підприємства від операційної діяльності складається з доходу від його основної діяльності та інших операційних доходів.

Основна діяльність підприємства пов’язана із виробництвом та збутом продукції (наданням послуг, виконанням робіт) і має забезпечувати отримання доходів, достатніх для відшкодування витрат виробництва й обігу та отримання певного прибутку.

Однією з основних форм доходу від операційної (основної) діяльності є виручка від реалізації продукції – сума грошових коштів, отриманих підприємством за вироблену продукцію, надані послуги, виконану роботу. Виручка від реалізації визначається як добуток обсягу реалізованої продукції і ціни за одиницю продукції.

У світовій практиці для визначення доходу підприємства від реалізації продукції застосовують касовий метод та метод нарахувань:

– **за касового методу доходом** або виручкою підприємства за певний період вважається сума грошових коштів, що надійшла від покупців протягом цього періоду в його касу або на розрахунковий рахунок за продукцію, що була фактично відвантажена покупцям (або за фактично здійснені та надані для них роботи і послуги);

– **за методом нарахувань доходом або виручкою підприємства** за певний період визнається вартість продукції (наданих послуг, виконаних робіт), відвантаженої покупцям протягом цього періоду, незалежно від того, оплачена вона ними в цьому періоді чи ні.

В Україні визначення доходів підприємств здійснюється за методом нарахувань. Розмір самого доходу або виручки підприємства від реалізації продукції за однакових умов залежить від кількості, асортименту та якості реалізованої продукції, розрахункової дисципліни й рівня реалізаційних цін.

До доходів від участі в капіталі відносять дохід, отриманий підприємством від здійснених ним інвестицій в асоційовані, дочірні або спільні підприємства. Цей дохід наявний, коли прибуток, отриманий підприємством – об’єктом інвестування, не спрямовується на виплату дивідендів інвесторам, а залишається на його ж подальший розвиток. У такому разі відбувається зростання вартості інвестицій, здійснених підприємствами-інвесторами, пропорційно до їхніх часток у капіталі цього підприємства. Відповідна величина зростання вартості інвестицій, здійснених підприємством-інвестором, і є його доходом від участі в капіталі.

Дохід від участі в капіталі визначається як добуток чистого прибутку, отриманого асоційованим, дочірнім або спільним підприємством, на частку підприємства-інвестора в його статутному капіталі. Якщо ж асоційоване (дочірнє, спільне) підприємство зазнало збитків, вартість інвестицій, здійснених підприємствами-інвесторами, зменшиться пропорційно їх внескам до його статутного капіталу. При цьому підприємство-інвестор матиме втрати від участі в капіталі.

До складу інших фінансових доходів включають: отримані дивіденди, відсотки, доходи від фінансової оренди (від наданих в оренду майнових об’єктів із правом їхнього викупу орендарями) та інші доходи, отримані від фінансових інвестицій (крім доходів, отриманих за методом участі в капіталі).

До інших доходів належать доходи, отримані підприємством: від реалізації необоротних активів і майнових комплексів, фінансових інвестицій; зростання курсу валюти, якою володіє підприємство на банківських рахунках (якщо валютні операції не пов’язані з основною діяльністю підприємства); безоплатно отриманих матеріальних і нематеріальних цінностей; дооцінки вартості основних засобів тощо.

Доходи підприємства від усіх видів діяльності складають **валовий дохід**.

Чистий дохід – це валовий дохід, зменшений на суму непрямих податків (ПДВ, акциз).

У загальному вигляді **прибуток** можна визначити як частину доходу, що залишається після відшкодування відповідних витрат, понесених у процесі формування цього доходу.

Сутність прибутку як фундаментальної економічної категорії чітко відображають виконувані ним функції:

– у *ресурсній функції* прибуток є базовим джерелом фінансування задоволення потреб підприємства, його працівників та власників. Саме позитивний фінансовий результат здебільшого утворює основну частину

фінансових ресурсів, що спрямовуються на удосконалення техніко-технологічної бази виробництва, організаційний розвиток підприємства, а також є генератором добробуту його власників. Крім того, прибуток є важливим джерелом формування доходів бюджету та погашення основних боргових зобов'язань фірми перед банками, іншими кредиторами та інвесторами;

– *стимулювальна функція*, що тісно пов'язана з попередньою, й полягає в мотивації суб'єктів господарювання, їхнього персоналу та власників до постійного пошуку ефективних напрямів функціонування, вдосконалення усіх стадій та оптимізації параметрів своєї діяльності, адже прибуток є джерелом формування різноманітних фондів стимулювання (фонд заохочення персоналу, фонд виробничого та соціального розвитку підприємства, фонд виплати дивідендів тощо);

– *регулювальна функція* полягає в тому, що формування та наступний розподіл прибутку є найважливішим механізмом руху новоствореної вартості в суспільстві. Інакше кажучи, прибуток використовується як інструмент розподілу чистого доходу суспільства на частину, що акумулюється в бюджетах різних рівнів, надходить у розпорядження власників і персоналу та залишається в розпорядженні підприємства;

– *обліково-вимірjuвальна функція* полягає в тому, що прибуток слугує мірилом, що дає змогу оцінити результати господарської діяльності підприємства.

Прибуток підприємства є *важливим джерелом задоволення соціальних потреб суспільства*. Соціальне значення прибутку проявляється, насамперед, в тому, що засоби, які перераховуються в бюджет різних рівнів у процесі оподаткування прибутку, є джерелом реалізації різних загальнодержавних і місцевих соціальних програм, які забезпечують «виживання» окремих соціально-незахищених членів суспільства. Крім того, це значення проявляється в задоволенні за рахунок отриманого прибутку підприємства соціальних потреб його персоналу. Соціальне значення прибутку проявляється також в тому, що він є джерелом зовнішньої благодійницької діяльності підприємства, спрямованої на фінансування окремих неприбуткових організацій, установ соціальної сфери, наданням **матеріальної допомоги окремим категоріям громадян**.

Прибуток – сума, на яку доходи перевищують пов'язані з їхнім отриманням витрати.

Прибуток, отриманий підприємством у процесі операційної діяльності, може бути використаний для формування фінансових ресурсів самого підприємства, забезпечення його господарської діяльності, задоволення корпоративних інтересів власників тощо.

Прибуток є об'єктом розподілу, а сам процес розподілу відбувається у такі етапи:

– розподіл прибутку від звичайної між державою і підприємством. Визначення пропорцій розподілу є принциповим питанням фінансової політики держави і відбувається під впливом багатьох факторів. Результатом фінансових концепцій є величина податків, що сплачуються за рахунок прибутку, ставка

оподатковування, оподатковувана база, надання податкових пільг і ін.;

– розподіл чистого прибутку. При цьому можуть формуватися цільові фонди: резервний (страховий), розвитку виробництва, матеріального заохочення, соціального розвитку, викупний фонд (для викупу акцій чи облігацій), фонд дивідендних виплат та інші.

Основна ставка податку на прибуток, визначена в розмірі 18 % оподатковуваної бази, використовується стосовно переважної більшості суб'єктів підприємницької діяльності. Законодавством встановлені спрощені системи оподаткування для окремих суб'єктів підприємницької діяльності (фіксований податок, єдиний податок).

Схема визначення фінансового результату діяльності підприємства
На 1 етапі розраховується фінансовий результат діяльності підприємства за звітний період – прибуток або збиток.

Для цього:

1) визначаємо різницю між чистим доходом від реалізації товарів, робіт, послуг та їхньою собівартістю. Додатна різниця є валовим прибутком підприємства, а від'ємна – валовим збитком. Чистий дохід у цьому випадку – це дохід (виручка) від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг (зокрема платежі від оренди об'єктів інвестиційної нерухомості) за мінусом наданих знижок, вартості повернутих раніше проданих товарів, доходів, що за договорами належать комітентам (принципалам тощо), та податків і зборів;

2) визначаємо фінансовий результат від операційної діяльності підприємства (прибуток або збиток):

– до валового прибутку додаємо суму інших операційних доходів. До них належать: дохід від операційної оренди активів; дохід від операційних курсових різниць; відшкодування раніше списаних активів; дохід від роялті, відсотків, отриманих на залишки коштів на поточних рахунках у банках, дохід від реалізації оборотних активів (крім фінансових інвестицій), необоротних активів, утримуваних для продажу, та групи вибуття, дохід від списання кредиторської заборгованості, одержані штрафи, пені, неустойки тощо;

– від валового прибутку віднімаємо суми адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат. До інших операційних витрат належать: собівартість реалізованих виробничих запасів, необоротних активів, утримуваних для продажу, та групи вибуття; відрахування на створення резерву сумнівних боргів і суми списаної безнадійної дебіторської заборгованості; втрати від знецінення запасів; втрати від операційних курсових різниць; визнані економічні (фінансові) санкції; відрахування для забезпечення наступних операційних витрат, а також усі інші витрати, що виникають у процесі операційної діяльності підприємства (крім витрат, що включаються до собівартості продукції (товарів, робіт, послуг);

3) розраховуємо фінансовий результат до оподаткування (прибуток чи збиток): до фінансового результату від операційної діяльності додаємо доходи від участі у капіталі, інші фінансові доходи та інші доходи.

Дохід від участі в капіталі – це дохід, отриманий від інвестицій в асоційовані, дочірні або спільні підприємства, облік яких ведеться методом участі в капіталі.

Інші фінансові доходи – це дивіденди, відсотки та інші доходи, отримані від фінансових інвестицій (крім доходів, які обліковуються за методом участі у капіталі).

Інші доходи – це дохід від реалізації фінансових інвестицій; дохід від неопераційних курсових різниць та інші доходи, які виникають у процесі господарської діяльності, але не пов'язані з операційною діяльністю підприємства.

Отриману суму зменшуємо на суму фінансових витрат, витрат від участі у капіталі, інших витрат підприємства, які розраховуються за напрямками, аналогічними до наведених вище щодо доходів, тільки, звісно, є збитками або витратами;

4) визначаємо суму податку на прибуток. Вона дорівнює сумі, визначеній за декларацією з податку на прибуток за звітний період;

5) визначаємо чистий фінансовий результат, як різницю між фінансовим результатом до оподаткування та сумою податку на прибуток. Додатна різниця є прибутком, а від'ємна – збитком підприємства.

На 2 етапі розраховується фінансовий результат діяльності підприємства за звітний період – прибуток або збиток. Для цього наводимо інформацію про інший сукупний дохід та розраховуємо сукупний дохід підприємства, отриманий у звітному періоді.

Сукупний дохід – це зміни у власному капіталі протягом звітного періоду внаслідок господарських операцій та інших подій (за винятком змін капіталу за рахунок операцій із власниками). Отже, це результат операцій, які безпосередньо впливають на зміну власного капіталу.

Розрахунок сукупного доходу:

1) розраховуємо інший сукупний дохід до оподаткування. Він є сумою показників:

- дооцінки (або уцінки) необоротних активів та фінансових інструментів, здійснених підприємством у звітному періоді;

- накопичених курсових різниць, які не потрапляють до витрат підприємства, а відображаються у складі додаткового капіталу підприємства;

- частки іншого сукупного доходу асоційованих, дочірніх або спільних підприємств, облік фінансових інвестицій до яких ведеться за методом участі в капіталі;

- іншого сукупного доходу, для відображення якого за ознаками суттєвості не можна було виділити окрему статтю, або який не може бути включений до інших статей, наведених у цьому розділі;

2) визначаємо суму податку на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом;

3) визначаємо інший сукупний дохід після оподаткування, як різницю між іншим сукупним доходом до оподаткування та сумою податку на прибуток за таким сукупним доходом;

4) визначаємо сукупний дохід. Він дорівнює сумі іншого сукупного доходу після оподаткування збільшену (зменшену) на суму чистого прибутку, (збитку) визначеного на 1 етапі.

Розподіл чистого прибутку – один із напрямів внутрішньо-фірмового планування, значення якого в ринкових умовах зростає. Порядок розподілу і використання чистого прибутку на підприємстві фіксується в статуті підприємства. В умовах ринкового господарства держава не втручається у процес розподілу прибутку. Кожен суб'єкт господарювання самостійно вирішує питання щодо встановлення пропорцій розподілу чистого прибутку. З боку держави передбачено регулювання процесу створення резервного фонду, а також певні стимули використання чистого прибутку на цілі технічного розвитку, поповнення оборотного капіталу та утримання об'єктів соціальної сфери.

Кошти на розвиток і вдосконалення виробництва витрачаються на задоволення потреб, пов'язаних зі зростанням обсягів виробництва, технічним переозброєнням, вдосконаленням технології виробництва та інших потреб, що забезпечують зростання і вдосконалення матеріально-технічної бази підприємства. Конкретно ці витрати становлять собою капітальні вкладення в будівництво нових виробничих площ, реконструкцію підприємств, придбання і монтаж нового устаткування, інші витрати капітального характеру, включаючи природоохоронні і такі, що спрямовані на поліпшення умов праці і техніки безпеки. Це також витрати на проведення науково-дослідницьких і дослідно-конструкторських робіт, підготовку та освоєння нових прогресивних технологій та видів продукції.

Однією з потреб виробництва, пов'язаною з його розширенням відтворенням, є збільшення власних фінансових ресурсів, які вкладаються в запаси сировини, матеріалів, перехідні запаси незавершеного виробництва, готової продукції, товарів, тобто збільшення фонду власних оборотних коштів.

Резервні (страхові) фонди можуть створюватися за рахунок прибутку підприємствами всіх форм власності для використання на випадок різкого погіршення фінансового становища в результаті тимчасової зміни ринкової кон'юнктури, стихійних лих тощо. Що ж стосується акціонерних товариств, створення ними резервних (страхових) фондів за рахунок прибутку визначається не тільки установчими документами, а й є обов'язковим у порядку і розмірах, що встановлюються чинним законодавством.

Акціонерні товариства виплачують за рахунок чистого прибутку дивіденди держателям акцій – засновникам і акціонерам.

Кошти матеріального заохочення використовуються для стимулювання зацікавленості працівників підприємства в досягненні високих результатів праці. У цьому напрямку прибуток використовується на виплату винагороди за загальні результати роботи за підсумком року, на одноразове преміювання окремих працівників за виконання особливо важливих виробничих завдань, виплату премій за інші досягнення в роботі, а також надання одноразової матеріальної допомоги працівникам.

Прибуток, що залишається у підприємств після сплати податків та інших обов'язкових платежів, може бути використаний також і на інші цілі його власниками або трудовими колективами. Підприємства мають право вкласти свої фінансові ресурси у створення спільних підприємств, зокрема за участю іноземних інвесторів, придбати акції, облігації, інші цінні папери юридичних осіб. З прибутку підприємства можуть перераховувати кошти на спеціально відкриті рахунки благодійних фондів, робити внески установам культури і спорту, громадським організаціям інвалідів тощо.

Певна сума прибутку, спрямована на добровільні внески і благодійні цілі (в межах 4 % загальної суми оподаткованого прибутку), звільняється від оподаткування. Нерозподілений прибуток, у широкому розумінні як прибуток, що використовується в діяльності підприємства свідчить про його фінансову стійкість, про наявність джерела для подальшого розвитку.

Питання для самоконтролю

1. Дайте визначення поняття «прибуток підприємства».
2. Які функції виконує прибуток в ринковій економіці?
3. Які види прибутку Ви знаєте?
4. Які чинники впливають на прибуток підприємства?
5. Розкрийте основні етапи розрахунку фінансового результату діяльності підприємства.
6. Охарактеризуйте основні принципи розподілу прибутку підприємств.
7. Яка основна мета розподілу прибутку підприємства?
8. Назвіть основні напрями розподілу і використання чистого прибутку на підприємстві.
9. Визначте економічну сутність сукупного доходу підприємства.
10. Етапи формування сукупного доходу.

Тема 2.4 Ефективність діяльності та методичні основи її оцінювання

Сутнісна характеристика та класифікація ефективності господарської діяльності підприємства. Система показників для оцінки економічної ефективності виробництва. Чинники підвищення ефективності виробництва.

Ефект будь-якої діяльності підприємства – це абсолютний показник результату цієї діяльності.

Ефект – різниця між результатами діяльності та витратами, отриманими для їхнього отримання і використання. Отже, термін «ефект» має значення результату, наслідку зміни стану певного об'єкта, зумовленої дією зовнішнього або внутрішнього фактора. Якщо провести математичну аналогію, то ефект – це дельта, приріст деякої змінної або різниця її попереднього і наступного значень.

Ефект може вимірюватися:

а) вартісними показниками: загальний дохід, валовий дохід, чистий дохід, прибуток;

б) натуральними показниками: обсягом додатково виробленої чи спожитої продукції (тобто штуками, кубічними або квадратними метрами, тонами тощо);

в) соціальними показниками: зниженням захворюваності або смертності, виробничого травматизму, підвищенням середньої тривалості життя й ін.

Залежно від витрат, що враховуються, і результатів інтегральних показників розрізняють такі види ефекту:

- економічний – виражений у вартісній (грошової) формі результат будь-яких господарських заходів (чистий дохід, прибуток, чистий прибуток);

- науково-технічний – є результатом науково-прикладних, дослідно-конструкторських розробок (новизна, корисність, надійність);

- ресурсний (споживання того або іншого виду ресурсу);

- соціальний – це такий результат діяльності, що забезпечує умови для повноцінного відтворення трудових ресурсів, покращує соціальні параметри і умови праці. Показники соціального ефекту: питома вага прибутку направлено на соціальний розвиток, розмір прибутку, що направляється на соціальний розвиток в розрахунку на одного працівника, середня заробітна плата 1 працівника, доля прибутку, що направляється на виплату дивідендів, доля працівників, зайнятих ручною працею й ін.;

- екологічний (шум, випромінювання й інші показники фізичного стану навколишнього середовища).

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

Ефективність виробництва становить комплексне відбиття кінцевих результатів використання засобів виробництва і робочої сили за певний проміжок часу (у зарубіжних країнах з розвиненою ринковою економікою для окреслення результативності господарювання використовують інший термін – «продуктивність системи виробництва і обслуговування», під якою розуміють ефективне використання ресурсів (праці, капіталу, землі, матеріалів, енергії, інформації) при виробництві різноманітних товарів та послуг. Отже, ефективність виробництва і продуктивність системи – це, по суті, терміни-синоніми, які характеризують одні й ті ж результативні процеси.

Загалом ефективність можна визначити за формулою

$$\text{Ефективність(продуктивність)} = \frac{\text{Результати}}{\text{Ресурси(витрати)}}. \quad (25)$$

Класифікацію ефективності виробництва можна проводити за окремими ознаками.

За різноманітністю одержуваних результатів (ефектів) господарської діяльності підприємства розрізняють:

- економічну ефективність – формами прояву якої є різноманітні економічні ефекти: зростання продуктивності праці, зниження собівартості продукції, що виготовляється, збільшення прибутку, зниження матеріаломісткості, фондомісткості, трудомісткості продукції тощо;

– соціальну ефективність – зводиться до скорочення тривалості робочого тижня, збільшення нових робочих місць і рівня зайнятості людей, поліпшення умов праці та побуту, стану навколишнього середовища, загальної безпеки життя тощо.

За характером здійснюваних витрат:

– ефективність застосовуваних ресурсів: ефективність виробничих фондів, ефективність трудових ресурсів, ефективність нематеріальних активів;
– ефективність витрат: ефективність капітальних вкладень, ефективність поточних витрат, ефективність сукупних витрат.

За метою визначення:

– абсолютну ефективність – характеризує загальну або питому (в розрахунку на одиницю витрат чи ресурсів) його величину, яку має підприємство від своєї діяльності за певний проміжок часу;

– порівняльну ефективність – визначається шляхом порівняння можливих варіантів господарювання і вибору кращого з них. Її рівень відбиває економічні, екологічні, соціальні та інші переваги певного варіанта реалізації господарських рішень (напрямку діяльності) порівняно з іншими варіантами.

Система показників ефективності виробництва (діяльності), що її побудовано на підставі зазначених принципів, має включати кілька груп:

- 1) показники ефективності використання виробничих основних засобів;
- 2) показники ефективності використання оборотних фондів;
- 3) показники ефективності використання праці (персоналу);
- 4) узагальнюючі показники ефективності виробництва (діяльності підприємства) (рис. 2).

Найбільш загальні **напрямки аналізу ефективності підприємства.**

Перший напрямок – ресурсний – відображає першочергову необхідність аналізу ефективності використання наявної матеріальних ресурсів. Водночас варто враховувати рівень завантаження обладнання в часі, структуру собівартості продукції, що виготовляється, з точки зору співвідношення в ній часток амортизації, матеріальних витрат, витрат на оплату праці. Зазначені показники варто розглянути в динаміці, а також по можливості порівняти з показниками найближчих конкурентів.

Другий напрямок – організаційний – це пошук можливостей підвищення ефективності шляхом кращої організації тих процесів, що відбуваються на підприємстві. При цьому насамперед увага звертається на ефективність управління. Важливою складовою ефективності підприємства, а отже, і значним резервом її підвищення, є організація виробничого процесу. У конкретних умовах підприємства потрібно проаналізувати всі аспекти, що визначають ефективність організації робіт: від рівня робочого місця окремого робітника чи спеціаліста до рівня підприємства загалом. Для виробничих підприємств, ураховуючи, звичайно, специфіку їхньої діяльності, особливу увагу варто звертати на можливості застосування більш ефективних типів виробництва (масового, великосерійного).

Види прибутку <i>Об'єкт визначення</i>	Прибуток до оподаткування (Пр)	Чистий прибуток (ЧПр)
1. Витрати (В)	Коефіцієнт рентабельності витрат: $P_v = \frac{Пр * 100\%}{В}$	Коефіцієнт чистої рентабельності витрат: $P_v = \frac{ЧПр * 100\%}{В}$
2. Активи (середньорічна вартість основних фондів (ОФ _{с.р.}) та середній залишок оборотних коштів (ЗОК))	Коефіцієнт рентабельності активів: $P_v = \frac{Пр * 100\%}{ОФ_{с.р.} + ЗОК}$	Коефіцієнт чистої рентабельності активів: $P_v = \frac{ЧПр * 100\%}{ОФ_{с.р.} + ЗОК}$
3. Доходи (Д)	Коефіцієнт рентабельності доходів: $P_v = \frac{Пр * 100\%}{Д}$	Коефіцієнт чистої рентабельності доходів: $P_v = \frac{ЧПр * 100\%}{Д}$

Рисунок 2 – Основні показники рентабельності

Третій напрямок – технологічний. Вирішення проблеми технологічного відставання особливо актуальне для українських підприємств. Причому проблема ця є комплексною і має, принаймні, два компоненти: матеріальний та нематеріальний. Перший з них – це удосконалення технічної бази, а другий – організаційно-правові проблеми. На думку багатьох економістів, подолання технічного і технологічного відставання потребує не просто переходу на сучасні технології, а впровадження комплексу відносин, що називається корпоративною культурою. Така культура має запозичуватись, звичайно, у найпередовіших компаній з тривалим досвідом роботи в ринковому середовищі.

Питання для самоконтролю

1. Поняття «економічний ефект».
2. Види ефектів. Характерні ознаки.
3. Поняття ефективності.
4. Види ефективності.
5. Система показників ефективності виробництва.
6. Рентабельність як показник ефективності. Розрахунок основних показників рентабельності.
7. Напрями зростання рентабельності виробництва.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3 ЕКОНОМІЧНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Тема 3.1 Інвестиційно-інноваційна діяльність підприємства

Поняття, сутність та класифікація інвестицій. Визначення необхідного обсягу та джерел формування виробничих інвестицій. Загальна характеристика фінансових інвестицій. Інвестиційні проекти: фази та етапи обґрунтування.

Сутність, значення та класифікація інновацій. Науково-технічний прогрес, його форми та напрями прояву. Загальна характеристика, об'єкти, напрями і тенденції розвитку організаційного прогресу на підприємствах.

Інвестиції – це довгострокові вкладення капіталу (грошей) у підприємницьку діяльність (для одержання прибутку).

Інвестування – процес вкладення капіталу в ту чи іншу комерційну справу.

На макрорівні інвестиції поділяють на валові і чисті.

Валові інвестиції – це загальний обсяг інвестованих коштів у певний період, спрямованих на нове будівництво, придбання засобів виробництва і на приріст товарно-матеріальних запасів.

Чисті інвестиції менші за валові на розмір амортизаційних відрахувань. За об'єктами вкладення коштів інвестиції поділяються на такі:

– **фінансові інвестиції** – це вкладення коштів у різноманітні фінансові інструменти – цінні папери, депозити, цільові банківські вклади;

– **реальні інвестиції** – це вкладення коштів у матеріальні (будівлі, споруди, обладнання тощо) і нематеріальні (патенти, ліцензії, «ноу-хау», науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи у вигляді документації тощо) активи.

За характером участі інвестора в інвестуванні розрізняють інвестиції:

– **прямі** – передбачають внесення коштів або майна в статутний капітал юридичної особи в обмін на корпоративні права, емітовані такою юридичною особою;

– **портфельні** – придбання цінних паперів, деривативів та інших фінансових активів за грошові кошти на фондовому ринку. Інвестор не має права на участь в управлінні підприємством, а такі інвестиції передбачають лише одержання інвестором дивідендів.

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 підприємства.

Розрізняють такі форми реальних інвестицій:

1. **Капітальне інвестування (капітальні вкладення)** – це вкладення капіталу у відтворення основних засобів у всіх сферах діяльності і суб'єктів економіки. До капітального інвестування відносять: нове будівництво (включаючи житлове); реконструкцію діючих основних засобів; їхню модернізацію; оновлення окремих видів обладнання; придбання цілісних

майнових комплексів; придбання машин, обладнання, та інших основних засобів.

2. *Інноваційні інвестиції* – вкладення капіталу в нематеріальні активи з метою впровадження досягнень науково-технічного прогресу в діяльність суб'єктів господарювання.

3. *Інвестиції в матеріальні оборотні активи* – це вкладання капіталу в приріст запасів матеріальних оборотних активів підприємства з метою забезпечення необхідної пропорційності в розвитку основних та оборотних активів підприємства.

Найпоширенішою формою реальних інвестицій є капітальні інвестиції або капітальні вкладення, які забезпечують просте та розширене відтворення національної економіки.

Відповідно до Податкового кодексу, **капітальні інвестиції** – господарські операції, що передбачають придбання будинків, споруд, інших об'єктів нерухомої власності, інших основних засобів і нематеріальних активів, що підлягають амортизації.

Капітальні інвестиції реалізуються шляхом здійснення таких інвестиційних операцій:

- придбання цілісних майнових комплексів;
- нове будівництво;
- перепрофілювання – це операція, пов'язана з повною заміною технології виробничого процесу для випуску нової продукції на діючому підприємстві;
- реконструкція;
- модернізація.

Згідно з обліковою політикою підприємства, капітальні інвестиції містять такі елементи витрат:

- інвестиції в основний капітал, зокрема витрати на капітальне будівництво, придбання машин та устаткування;
- витрати з удосконалення об'єкта;
- інвестиції в нематеріальні активи; витрати на формування основного стада;
- витрати на інші необоротні матеріальні активи.

Фінансові інвестиції спостерігаються тоді, коли підприємство прагне перетворити свої вільні заощадження у високоліквідні цінні папери й одержувати від цього певні прибутки, прагне взяти участь у діяльності іншого господарського суб'єкта, який випускає цінні папери (підприємства-емітента) або встановити контроль над його діяльністю.

Згідно з Податковим Кодексом України **фінансові інвестиції** – господарські операції, що передбачають придбання корпоративних прав, цінних паперів, деривативів та/або інших фінансових інструментів.

Фінансові інвестиції поділяються на:

– *прямі інвестиції* – господарські операції, що передбачають внесення коштів або майна в обмін на корпоративні права, емітовані юридичною особою за їхнього розміщення такою особою;

– *портфельні інвестиції* – господарські операції, що передбачають купівлю пінних паперів, деривативів та інших фінансових активів за кошти на фондовому ринку або біржовому товарному ринку.

Основою фінансових інструментів є цінні папери.

Цінні папери – це грошові документи, що засвідчують право володіння або кредитні відносини, визначають взаємини між особою, яка їх випустила (емітентом), та їх власником і передбачають зазвичай виплату доходу у вигляді дивідендів чи відсотків, а також можливість передачі грошових прав іншим особам.

Сукупність різних видів цінних паперів, що випускаються і перебувають в обігу в Україні, поділяють на три групи:

1. *Пайові цінні папери, які засвідчують участь їхнього власника у статутному капіталі, надають йому право на участь в управлінні емітентом і отримання частини прибутку у вигляді дивідендів або частини майна.*

До них відносяться акції та інвестиційні сертифікати.

Акція – це цінний папір, який посвідчує право його власника на частку прибутку у вигляді дивідендів та майна акціонерного товариства. Емісія (випуск) акцій дає можливість підприємству мобілізувати для цілей інвестування значні суми капіталу. Акції можуть бути простими та привілейованими.

Прості акції дають право участі в управлінні акціонерним товариством, отримання дивідендів та частини майна акціонерного товариства в разі його ліквідації, але не надають будь-яких гарантій щодо отримання дивідендів.

Привілейовані акції забезпечують власникові переважні, стосовно власників простих акцій, права на одержання дивідендів, а також пріоритетну участь у розподілі майна акціонерного товариства в разі його ліквідації, на участь в управлінні акціонерним товариством у випадках, передбачених статутом і чинним законодавством.

2. *Боргові цінні папери, за якими емітент бере на себе зобов'язання повернути протягом певного терміну кошти, інвестовані в його діяльність, але які не дають їхнім власникам права на участь в управлінні справами емітента.*

До боргових цінних паперів відносяться:

- а) облігації підприємств;
- б) державні облігації України;
- в) облігації місцевих позик;
- г) казначейські зобов'язання України;
- д) ощадні (депозитні) сертифікати;
- е) векселі.

2. *Похідні цінні папери, цінні папери, механізм випуску та обігу яких пов'язаний з правом придбання або продажу протягом встановленого договором строку інших цінних паперів, фінансових або товарних ресурсів. Порядок*

випуску та обігу усіх цінних паперів регламентується Законом України «Про цінні папери та фондовий ринок».

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

Згідно з Законом України «Про інноваційну діяльність» **інновації** – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери.

Інновація визначається як кінцевий результат інноваційної діяльності.

Інноваційна діяльність – діяльність (включаючи наукову, технологічну, організаційну, фінансову і комерційну діяльність), спрямована на реалізацію інноваційних проєктів, а також на створення інноваційної інфраструктури та забезпечення її діяльності.

Інноваційний проєкт – комплекс спрямованих на досягнення економічного ефекту заходів щодо здійснення інновацій, зокрема по комерціалізації наукових і (або) науково-технічних результатів.

Інноваційна інфраструктура – сукупність організацій, що сприяють реалізації інноваційних проєктів, включаючи надання управлінських, матеріально-технічних, фінансових, інформаційних, кадрових, консультаційних та організаційних послуг.

Питання для самоконтролю

1. Поняття інвестицій.
2. Класифікація інвестицій.
3. Сутнісні ознаки реальних інвестицій.
4. Капітальні інвестиції. Напрями реалізації капітальних інвестицій.
5. Сутнісні ознаки фінансових інвестицій.
6. Основні види цінних паперів.
7. Поняття інноваційних процесів, інноваційної діяльності, інноваційних проєктів.

3.2 Конкурентоспроможність підприємства

Конкурентоспроможність. Конкурентні переваги. Конкурентне середовище. Конкурентоспроможність товару. Аналіз конкурентоспроможності.

Економічна категорія, конкуренція – це економічна боротьба, суперництво між відокремленими виробниками продукції, робіт, послуг щодо задоволення своїх інтересів, пов'язаних з продажем цієї продукції, виконаних робіт, наданням послуг одним і тим же споживачам.

Конкуренція охоплює мікро-, мезо-, макро- і мегарівні економічної системи:

– мікрорівень конкуренції (міжфірмова або внутрішньогалузева конкуренція) – це конкуренція між підприємствами однієї галузі; її предметом є

аналогічні товари та послуги, а результатом є формування середньої ціни виробництва у галузі в цілому;

- мезорівень конкуренції (міжгалузева конкуренція) – це конкуренція між підприємствами різних галузей; її предметом є невзаємозамінні товари та послуги, а результатом є встановлення середньої норми прибутку в економіці в цілому;

- макро- та мегарівні конкуренції (міждержавна та міжрегіональна конкуренція) охоплюють конкуренцію країн та регіональних угруповань як їх суперництво за створення кращих умов для бізнесу та підвищення якості життя їхнього населення, яке все більш набуває глобального масштабу.

Класифікаційні ознаки економічної конкуренції:

- за територіальною ознакою – внутрішньогалузева (конкуренція між окремими підприємствами всередині кожної галузі щодо одержання прибутку) та міжгалузева (специфічною формою конкуренції капіталів у боротьбі за більш прибуткове застосування капіталу; здійснюється у вигляді міграції капіталів з одних галузей в інші, в результаті переливу капіталів створюється середня норма прибутку);

- за видом конкурентної поведінки – конкуренція між продавцями та покупцями; між виробниками (обумовлена існуванням «ринку покупця» – пріоритет на ринку покупців над виробниками-продавцями); між споживачами (обумовлена існуванням «ринку продавця» – пріоритет на ринку продавців над споживачами-покупцями);

- з точки зору конкурентної ситуації в галузі і на ринку досконала (чиста) та недосконала (монополістична або олігополістична).

Ефективна конкуренція – це динамізм, стимулювання до отримання надприбутків шляхом переваги у витратах і якості продукту; можлива лише в умовах динамічної економіки, де безупинний потік нововведень трансформує статичну ситуацію.

Основними методами добросовісної конкуренції є: підвищення якості продукції, зниження цін («війна цін»), реклама, розвиток до- і післяпродажного обслуговування, створення нових товарів і послуг з використанням досягнень НТР тощо.

Недобросовісна конкуренція визначається як дії суб'єктів господарювання з дискредитації конкурентів і за основні методи має: економічне та промислове шпигунство; поширення помилкових або неточних даних про конкурента; незаконне використання товарного знака тощо.

Конкурентоздатна організація – можна трактувати як перевагу товарів (послуг) підприємства над аналогами у конкретних сегментах ринку в певний період часу по потенціалу розробляти, виробляти й продавати конкурентоздатні товари (послуги) у майбутньому, досягнуте без шкоди фінансовому стану організації.

Конкурентоспроможність продукції – можливість компанії конкурувати на певному товарному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності товару та сукупності економічних методів діяльності фірми, які впливають на результати конкурентної боротьби.

Конкурентоспроможність галузі визначається наявністю у неї технічних, економічних і організаційних умов для створення, виробництва і збуту (з витратами не вище за інтернаціональні) продукції високої якості, що задовольняє вимогам конкретних груп споживачів.

Основними ознаками конкурентоспроможності як одного з критеріїв ефективності економічного суб'єкта є:

- відносний (порівняльний) характер – конкурентоспроможність проявляється тільки через порівняння характеристик економічного суб'єкта з характеристиками інших суб'єктів цього ринку;
- релевантний характер критерію конкурентоспроможності, який означає, що траєкторія руху цього економічного суб'єкта (його конкурентна позиція) відносно інших суб'єктів може бути визначена тільки в межах релевантного зовнішнього середовища;
- часовий характер (динамічність) критерію конкурентоспроможності характеризує положення суб'єкта у конкурентному полі в координатах часу як результат його конкурентної діяльності.

Найбільш узагальнено конкурентоспроможність підприємства можна визначити як здатність економічного суб'єкта до ефективного довготривалого функціонування у зовнішньому середовищі, яка ґрунтується на конкурентних перевагах і відображає його позицію відносно конкурентів.

Залежно від сфери походження чинники, що впливають на конкурентоспроможність, поділяються на:

- екологічні чинники – характеризують взаємозв'язок виробничо-економічної діяльності підприємства зі станом навколишнього природного середовища. До цієї групи чинників потрібно віднести вимоги екологічного законодавства, витрати, що виникають у зв'язку з утилізацією відходів виробництва, витрати на утримання та експлуатацію природоохоронних споруд тощо;
- соціальні чинники – відображують стан та динаміку соціальних процесів, що відбуваються на макро- та мікрорівнях. Вплив цієї групи чинників на конкурентоспроможність підприємства є двобічним: з одного боку, вони здійснюють суттєвий вплив на рівень, динаміку та специфічні особливості попиту на кожному конкретному ринку, а значить якоюсь мірою впливають на конкурентоспроможність продукції, що виробляється тим чи іншим підприємством; з іншого боку, ці чинники певною мірою відбиваються на рівні ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства;
- політичні чинники здійснюють суттєвий вплив на рівень конкурентоспроможності підприємства, що найяскравіше виявляється при реалізації продукції підприємства на зовнішніх ринках, або при придбанні імпортованих ресурсів.

Методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства

Матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства базуються на використанні матриці – таблиці впорядкованих по рядках та стовпцях елементів:

Найпоказовішим прикладом може слугувати широко відома матриця БКГ («Бостонської консалтингової групи»), побудована за принципом системи координат:

- по вертикалі – темпи росту місткості ринку, що розміщуються по рядках матриці у лінійному масштабі;
- по горизонталі, тобто по стовпцях матриці – в логарифмічному масштабі відкладається відносна частка виробника продукції на ринку.

Розрахункові методи оцінки конкурентоспроможності підприємства:

- специфічні методи – методи, що дозволяють оцінити конкурентоспроможність підприємства по окремих аспектах його діяльності – виробничому, інноваційному, маркетинговому, фінансовому тощо;
- комплексні методи – методи, що базуються на комплексному підході до оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Модель п'яти сил конкуренції Портера є найбільш розповсюдженим, потужним інструментом для систематичної діагностики основних конкурентних сил, що впливають на ринок, оцінки ступеня впливу кожної з них та визначення характеру конкурентної боротьби на цьому ринку.

Конкурентне середовище – це результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, що визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загальноринкову ситуацію. Важливим є те, що конкурентне середовище утворюється не лише і не стільки власне суб'єктами ринку, взаємодія яких викликає суперництво, але насамперед – відносинами між ними.

Питання для самоконтролю

1. Сутність економічної конкуренції.
2. Конкуренція охоплює мікро-, мезо-, макро- і мегарівні.
3. Поняття конкурентоспроможності продукції.
4. Чинники, що впливають на конкурентоспроможність.
5. Методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства.

Тема 3.3 Основи антикризового управління та запобігання банкрутству

Поняття економічної кризи підприємства її види та шляхи виходу з кризового стану. Банкрутство підприємства: сутність, причини, процедура визнання та способи прогнозування. Санація (фінансове оздоровлення) господарюючих суб'єктів: сутність, цілі, форми здійснення та типові заходи.

Фінансова криза – це розбалансованість діяльності підприємства, коли фінансовий менеджмент і керівництво втрачають можливості забезпечувати поточну виробничу діяльність і впливати на фінансові відносини, що виникають на підприємстві.

Під час кризи виникає загроза банкрутства підприємства.

Банкрутство – це наслідок глибокої фінансової кризи, коли підприємство не може розрахуватися з кредиторами, причому неплатоспроможність підприємства має не тимчасовий, а тривалий характер. У ринковій економіці банкрутство підприємств є системним явищем. Згідно зі статистикою, із кожних 100 новостворених підприємств на ринку утримуються не більше 30.

Для застосування ефективних антикризових заходів важливо з'ясувати стадію фінансової кризи. Виділяють три фази (стадії) кризи:

1) початкова фаза, коли проблеми безпосередньо не загрожують функціонуванню підприємства (за умови переведення його на режим антикризового управління);

2) передкризова фаза, коли виникає загроза подальшому існуванню підприємства і необхідно негайно провести фінансову санацію;

3) кризова фаза – стан, несумісний із подальшим існуванням підприємства. На цьому етапі є лише один вихід – ліквідація підприємства.

Розрізняють три види кризи:

1) стратегічна – коли на підприємстві руйнується виробничий потенціал, немає стабільного успіху;

2) криза прибутковості – коли постійні збитки спустошують власний капітал і порушується структура балансу;

3) криза ліквідності – коли підприємство є неплатоспроможним або існує реальна загроза втрати неплатоспроможності.

Санація (від лат. «sanare» – оздоровлення, одужання) – система фінансово-економічних, виробничо-технічних, організаційних і соціальних заходів для запобігання банкрутств підприємств.

Найважливішими у процесі санації є заходи фінансово-економічного характеру. Серед них можуть бути використані такі:

– злиття підприємства, що перебуває на межі банкрутства, з потужнішою компанією;

– випуск нових акцій або облігацій для мобілізації грошового капіталу;

– збільшення банківських кредитів і наданням урядових субсидій;

– перетворення короткострокової заборгованості у довгострокову;

– повна або часткова купівля державою акцій підприємства, що перебуває на межі банкрутства;

– мобілізація прихованих резервів шляхом реалізації окремих об'єктів основних та оборотних засобів, що безпосередньо не пов'язані з процесом виробництва та реалізації продукції;

– використання зворотного лізингу – продаж основних засобів з одночасним зворотним отриманням таких основних засобів в оперативний або фінансовий лізинг;

– лізинг основних засобів;

– здача в оренду основних засобів, що майже не використовуються у виробничому процесі;

– продаж низькорентабельних структурних підрозділів;

– рефінансування дебіторської заборгованості – переведення її у ліквідні

форми оборотних активів (кошти, короткострокові фінансові вкладення тощо).

Організаційну санацію можна проводити або зі збереженням існуючого юридичного статусу підприємства-боржника, або зі зміною (реорганізацією) організаційно-правової форми та юридичного статусу підприємства.

Виробничо-технічні санаційні заходи пов'язані насамперед із модернізацією та оновленням виробничих фондів, зменшенням періодів бездіяльності, підвищенням ритмічності виробництва, скороченням технологічного часу, поліпшенням якості продукції та зниженням її собівартості, удосконаленням асортименту продукції, пошуком та мобілізацією санаційних резервів у сфері виробництва.

Санація підприємства зазвичай передбачає скорочення персоналу. На підприємствах-гігантах масові звільнення можуть викликати протести та призвести до соціальної нестабільності в регіоні. Тому вживають санаційні заходи соціального характеру: створюють систему перепідготовки кадрів, знаходять і пропонують працівникам нові робочі місця, здійснюють виплати безробітним, надають звільненим працівникам позики тощо.

Банкрутство – визнана господарським судом неспроможність боржника відновити свою платоспроможність і задовольнити визнані судом вимоги кредиторів не інакше як через застосування ліквідаційної процедури.

Боржник – суб'єкт підприємницької діяльності, неспроможний виконати свої грошові зобов'язання перед кредиторами, зокрема зобов'язання щодо сплати податків і зборів (обов'язкових платежів), протягом трьох місяців після настання встановленого строку їхньої сплати.

Банкрут – боржник, який перебуває в процесі ліквідації.

Симптоми банкрутства:

- 1) зменшення обсягів реалізації продукції;
- 2) падіння прибутковості; скорочення робочих місць;
- 3) падіння попиту на продукцію;
- 4) втрати клієнтів і покупців;
- 5) збільшення обсягів неліквідних обігових коштів;
- 6) неритмічність виробництва;
- 7) низький рівень використання виробничого потенціалу;
- 8) збільшення витрат на виробництво і реалізацію продукції; зниження рівня продуктивності праці.

Ознаки банкрутства:

– різка зміна структури балансу підприємства (труднощі з готівкою та різке зменшення грошових коштів на рахунках; збільшення дебіторської заборгованості, зростання запасів готової продукції, збільшення кредиторської заборгованості;

– зниження обсягів продажу;

– неплатоспроможність – неспроможність суб'єкта підприємницької діяльності виконати після настання встановленого строку їх сплати грошові зобов'язання перед кредиторами, зокрема по заробітній платі, а також виконати зобов'язання щодо сплати податків і зборів (обов'язкових платежів) не інакше як через відновлення платоспроможності.

Умови й механізм визнання банкрутами юридичних осіб, які займаються підприємницькою діяльністю і щодо яких претензії кредиторів можуть бути задоволені, визначається законодавчо.

Етапи й процедури порушення справи про банкрутство:

1. Установлення факту банкрутства боржника.
2. Підтвердження факту безспірності вимог кредитора, який ініціює порушення права про банкрутство.
3. Визначення майнових активів боржника.
4. Виявлення всіх можливих кредиторів.
5. Обґрунтування можливого плану реструктуризації або санації.
6. Реструктуризація (санація), якщо така можлива.
7. Визнання боржника банкрутом, якщо реструктуризація (санація) не можлива.

Арбітражний суд приймає відповідну постанову про визнання боржника банкрутом, яка надсилається всім учасникам, причасним до цього процесу. Цією постановою призначаються також ліквідатори з представників зборів кредиторів, банків, фінансових органів.

Призначені арбітражним судом ліквідатори утворюють ліквідаційну комісію, якій переходить право розпоряджання майном банкрута і всі його майнові права та обов'язки.

Ліквідаційна комісія: управляє майном банкрута; здійснює інвентаризацію та оцінку майна; визначає ліквідаційну масу і розпоряджається нею; вживає заходів для стягнення дебіторської заборгованості; реалізує майно збанкрутілого підприємства і здійснює інші заходи, спрямовані на задоволення вимог кредиторів.

Ліквідаційна вартість – це чиста грошова сума, яку власники (власник) підприємства можуть одержати при ліквідації підприємства і окремого розпродажу його активів.

Усі форми продажу майна банкрута (через викуп, на аукціоні, за конкурсом) оформляються договорами купівлі-продажу, який укладається між ліквідаційною комісією від імені підприємства-банкрута та покупцем.

Ліквідаційна комісія за погодженням із зборами (комітетом) кредиторів визначає послідовність реалізації об'єктів ліквідаційної маси та критерії їхнього відбору для продажу. Кошти, одержані від продажу майна банкрута, спрямовуються на задоволення вимог кредиторів.

Після завершення реалізації майнових об'єктів, що входять до складу ліквідаційної маси і є необхідними для повного задоволення всіх вимог кредиторів, та розподілу виручених сум між кредиторами ліквідаційна комісія складає й подає в Арбітражний суд ліквідаційний баланс. Арбітражний суд ухвалює рішення про затвердження балансу, виносить ухвалу про ліквідацію юридичної особи боржника, звільняє ліквідаторів від виконання своїх обов'язків.

Отже, справа про банкрутство вважається закритою тільки після затвердження плану реструктуризації чи санації майна боржника, або після затвердження ліквідаційного балансу.

Питання для самоконтролю

1. Поняття фінансової кризи.
2. Види фінансових криз.
3. Фази стадії (фази) фінансових криз.
4. Санація підприємства. Основні заходи з санації підприємства.
5. Ознаки банкрутства підприємства.
6. Процедура банкрутства підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Цивільний кодекс України [Електрон. ресурс] : Закон України від 16 січ. 2003 р. № 435-IV (зі змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України. – Електрон. текст. дані. – 2003. – № 40–44. – Ст. 356. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>, вільний (дата звернення: 05.09.2025). – Назва з екрана.
2. Податковий кодекс України [Електрон. ресурс] : Закон України від 2 груд. 2010 р. № 2755-VI (зі змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України. – Електрон. текст. дані. – 2011. – № 13–14, № 15–16, № 17. – Ст. 112. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>, вільний (дата звернення: 05.09.2025). – Назва з екрана.
3. Про особливості регулювання діяльності юридичних осіб окремих організаційно-правових форм у перехідний період та об'єднань юридичних осіб [Електрон. ресурс] : Закон України від 9 січ. 2025 р. № 4196-IX (зі змінами та доповненнями) // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. – Електрон. текст. дані. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4196-20#Text>, вільний (дата звернення: 05.09.2025). – Назва з екрана.
4. Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю [Електрон. ресурс] : Закон України від 06 лют. 2018 р. № 4564-IX (зі змінами та доповненнями) // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. – Електрон. текст. дані. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2275-19#Text>, вільний (дата звернення: 05.09.2025). – Назва з екрана.
5. Про акціонерні товариства [Електрон. ресурс] : Закон України від 27 лип. 2022 р. № 2465-IX (зі змінами та доповненнями) // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. – Електрон. текст. дані. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2465-20#Text>, вільний (дата звернення: 05.09.2025). – Назва з екрана.
6. Серьогіна Д. О. Економіка та організація інвестиційно-інноваційної діяльності [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / Д. О. Серьогіна, Г. А. Жовтяк, Т. А. Пушкар ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Електрон. текст. дані. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. – 206 с. – Режим доступу: <https://eprints.kname.edu.ua/63443/>, вільний (дата звернення: 05.09.2025). – Назва з екрана.
7. Славута О. І. Економіка підприємства. Модуль 1 [Електрон. ресурс] : конспект лекцій для студентів 2 курсу всіх форм навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 051 – Економіка / О. І. Славута ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Електрон. текст. дані. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. – 40 с. – вільний (дата звернення: 05.09.2025). – Назва з екрана.

8. Матвєєва Н. М. Управління витратами [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / Н. М. Матвєєва, О. І. Славута ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Електрон. текст. дані. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2020. – 157 с. – Режим доступу : <https://eprints.kname.edu.ua/57428/>, вільний (дата звернення: 05.09.2025). – Назва з екрана.

9. Матвєєва Н. М. Ціноутворення [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / Н. М. Матвєєва, Д. О. Серьогіна, Г. А. Жовтяк ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Електрон. текст. дані. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. – 135 с. – Режим доступу : <https://eprints.kname.edu.ua/64146/>, вільний (дата звернення: 05.09.2025). – Назва з екрана.

Електронне навчальне видання

ПУШКАР Тетяна Андріївна,
ЖОВТЯК Ганна Анатоліївна

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

(для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальностей 185 – Нафтогазова інженерія і технології, G16 – Гірництво та нафтогазові технології)

Відповідальний за випуск *В. В. Благой*
Редактор *О. В. Михаленко*
Комп'ютерне верстання *Т. А. Пушкар, І. В. Волосожарова*

План 2025, поз. 263Л

Підп. до друку 18.12.2025. Формат 60 × 84/16.
Ум. друк. арк. 4,2.

Видавець і виготовлювач:
Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Чорноглазівська, 17, Харків, 61002.
Електронна адреса: office@kname.edu.ua
Свідок суб'єкта видавничої справи:
ДК № 8386 від 14.07.2025.