

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДО ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ
СТУДЕНТІВ З ДИСЦИПЛІНИ
«ЕКОНОМІКА ФІРМИ»

Затверджено
на засіданні методичної комісії
еколого-економічного факультету
Протокол № __ від _____
Декан _____ Владимирова О.Г.

«Затверджено»
на засіданні кафедри
економіки природокористування
Протокол № __ від _____
Зав.кафедри _____ Губанова О.Р.

Одеса 2018

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДО ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ
СТУДЕНТІВ З ДИСЦИПЛІНИ
«ЕКОНОМІКА ФІРМИ»**

Одеса-2018

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДО ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ
СТУДЕНТІВ З ДИСЦИПЛІНИ
«ЕКОНОМІКА ФІРМИ»**

«Узгоджено»
на еколого-економічному факультеті

Одеса-2018

Методичні вказівки до організації самостійної роботи студентів з дисципліни «Економіка фірми»./К.е.н., доцент кафедри економіки природокористування Дем'яненко С.Г., – Одеса, ОДЕКУ, 2017. – 74 с.

Методичні вказівки призначені для студентів 2 року денної форми навчання бакалаврів за спеціальністю 242 «Туризм», спеціалізація «Сталий туризм».

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	4
1 ЗАГАЛЬНА ЧАСТИНА.....	6
2 ОРГАНІЗАЦІЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ ПО ВИВЧЕННЮ ТЕОРЕТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ.....	24
3 ОРГАНІЗАЦІЯ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ СТУДЕНТІВ.....	71
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	74

ПЕРЕДМОВА

Дисципліна «Економіка фірми» належить до циклу професійно-орієнтованої підготовки бакалаврів зі спеціальності 242 «Туризм».

Метою вивчення дисципліни «Економіка фірми» є формування здатностей самостійно мислити, приймати управлінські рішення, виконувати комплексні економічні розрахунки для ефективного здійснення господарської діяльності на рівні фірми.

Загальний обсяг навчального часу, що випадає на вивчення дисципліни «Економіка фірми», дорівнює 180 годинам (30 - лекції, 30 - практичні заняття, 120 - самостійна робота студентів; 6 кредитів ECTS + 1 наук).

В структурно-логічній схемі освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів зі спеціальності 242 «Туризм» вивчення дисципліни «Економіка фірми» базується на знаннях, отриманих з курсу «Економічна теорія», «Економіка туристичного ринку», передує засвоєнню дисциплін «Менеджмент та маркетинг туризму», «Ціноутворення у туристичній галузі».

Методичним забезпеченням курсу є лекції з дисципліни «Економіка фірми», підручники та навчальні посібники, монографії, статті у фахових виданнях, Інтернет-ресурси, нормативно-законодавчі акти, що регулюють відносини в сфері господарської діяльності.

Базові складові дисципліни:

- вивчення системи взаємозв'язаних (взаємообумовлених та взаємозалежних) факторів реалізації туристичних послуг;
- дослідження принципів, методів і показників, що забезпечують адекватну вартісну оцінку витрат і результатів діяльності фірми;
- дослідження аналітичного апарату та організаційної основи, які гарантують пошук і здійснення найбільш ефективних напрямків виробництва та реалізації продукції, а також стратегічного розвитку фірми;
- аналіз мотиваційного інструментарію, потрібного для визначення цілей і засобів досягнення ефективного господарювання фірмою.

У результаті вивчення дисципліни студент отримує наступні знання та вміння:

знання:

- основних термінів та понять, що формують понятійний апарат навчальної дисципліни, методи оцінки показників господарської діяльності.
- системи факторів функціонування та розвитку фірми;
- закономірностей здійснення виробничих процесів;
- особливостей реалізації економічних відносин;
- методів оцінки витрат і результатів господарської діяльності;
- способів мотиваційного впливу, які забезпечують ефективне господарювання.
- основи функціонування окремих складових виробничо - господарського механізму підприємства.

ВМІННЯ:

- здійснювати розрахунки витрат туристичної фірми, собівартості продукції та послуг, рівня рентабельності та ефективності капіталовкладень;
- визначати ціну виробленої продукції та послуг;
- організовувати ефективне використання матеріальних, трудових, фінансових, інвестиційних та інформаційних ресурсів фірми;
- оцінювати результати діяльності фірми за фінансово-економічними показниками;
- обґрунтовувати способи реалізації мотиваційного впливу на персонал фірми.
- аналізувати виробничу діяльність та зовнішнє середовища функціонуючого підприємства, сутність та наслідки мікроекономічних процесів, поведінки окремих господарюючих суб'єктів, їх інноваційної спрямованості
володіти понятійним апаратом, користуватися методичним інструментарієм для здійснення необхідних розрахунків.

КОМПЕТЕНЦІЇ:

- Здатність визначити наявність проблеми, аналізувати та вирішувати її, обґрунтовувати управлінські рішення та забезпечувати їх правомочність.
- Здатність збирати та аналізувати дані, необхідні для розрахунку економічних і соціально-економічних показників, що характеризують діяльність суб'єктів господарювання

Методичні вказівки до організації самостійної роботи студентів з дисципліни «Економіка фірми» містять у собі загальні положення, список рекомендованої літератури, порядок організації поточного та підсумкового контролю знань при вивченні даної дисципліни, та контрольні запитання для самоперевірки.

Мета методичних вказівок допомогти студентам при підготовці до теоретичних та практичних занять організувати свою самостійну роботу з дисципліни «Економіка фірми».

Додержання зазначених вказівок сприятиме формуванню у студентів професійних навичок та підвищенню їхньої загальної і спеціальної культури, вмінню вивчати, систематизувати та аналізувати необхідний матеріал за вказаною тематикою.

1 ЗАГАЛЬНА ЧАСТИНА

Перелік тем теоретичного курсу

- Тема 1. Фірма як суб'єкт господарювання
- Тема 2. Основи підприємницької діяльності.
- Тема 3. Управління фірмою.
- Тема 4. Персонал фірми
- Тема 5. Виробничі фонди
- Тема 6. Нематеріальні ресурси та активи фірми
- Тема 7. Оборотні кошти фірми.
- Тема 8. Інвестиційні ресурси фірми
- Тема 9. Виробництво, якість і конкурентоспроможність продукції фірми
- Тема 10. Продуктивність, мотивація та оплата праці персоналу фірми
- Тема 11. Валові витрати і ціни на продукцію (послуги) фірми
- Тема 12. Фінансово-економічні результати та ефективність діяльності фірми
- Тема 13. Сутність підприємницької діяльності в туризмі
- Тема 14. Формування доходу туристичного підприємства
- Тема 15. Структура витрат туристичного підприємства
- Тема 16. Формування та розподіл прибутку туристичного підприємства
- Тема 17. Джерела фінансування та грошові потоки суб'єктів туристичного бізнесу
- Тема 18. Основні та оборотні фонди туристичної фірми
- Тема 19. Трудові ресурси туристичного підприємства

Перелік тем практичних занять

Тема 1. Теорія фірми і основи підприємництва.

Зміст практичної роботи передбачає опрацювання теоретичного матеріалу, що, насамперед, повинен містити наступні завдання:

- 1 Розглянути основні теорії (концепції) фірми (підприємства).
- 2 Розглянути основи підприємницької діяльності.
- 3 Розглянути основні переваги підприємства як «відкритої системи».

У процесі розвитку економічної науки сформувались кілька основних теорій (концепцій) підприємства. Кожна з них містить специфічні погляди на підприємство і робить відповідні акценти на ті чи інші його особливості.

Неокласична теорія розглядає підприємство як цілісний об'єкт, в якому вхідні ресурси залучаються у виробництво і перетворюються в готову продукцію, яка продається на вільному ринку. Ця модель підприємства

ґрунтується на *виробничій функції*, яка «пов'язує» між собою витрачені фактори і результати виробництва. Параметри виробничої функції підприємства визначаються конкретними технологічними процесами, які застосовуються для виробництва продукції.

Головне завдання підприємства полягає у визначенні необхідних обсягів виробництва і такого співвідношення витрат, які дали б змогу встановлювати ринкову ціну на продукцію, здатну максимізувати прибуток. Прибуток є формою вираження ефективності діяльності підприємства. Якщо підприємство не максимізуватиме прибуток, то воно під впливом ринкової конкуренції рано чи пізно буде ліквідоване.

Інституційна концепція підприємства розглядає *фірму як організацію, створену людьми для більш ефективного використання їх можливостей*.

Інституціональна теорія фірми, на відміну від неокласичної, не акцентує уваги на передбаченні поведінки фірми відповідно до існуючої виробничої функції, тобто технологічної залежності між витратами факторів виробництва і максимально можливим виходом продукції при відповідній їх комбінації.

Коротко *завдання інституційної теорії фірми* можна сформулювати як аналіз її поведінки у світі інформації. Основний акцент робиться на поясненні існування на ринку різноманітних підприємств, установ та організацій, їх функцій та масштабів діяльності, контактів з ними, можливих для підприємства варіантів вирішення питань планування, організації виробництва, контролю, мотивації працівників тощо. Поведінка підприємства характеризується особливостями укладання та виконання контрактів із зовнішніми організаціями та працівниками. З цієї точки зору інституційна теорія підприємства є «містком» між стандартною неокласичною теорією і теоріями управління.

Еволюційна теорія трактує *підприємство як один із суб'єктів у середовищі собі подібних*. Його поведінка визначається, по-перше, взаємовідносинами між членами спільноти, а, по-друге, його внутрішніми характеристиками. У процесі функціонування підприємства та його взаємодії з «популяцією» формуються відповідні традиції та розробляються процедури прийняття рішень, алгоритми реагування на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища. Згідно з еволюційною концепцією ці правила загалом визначають «обличчя» фірми, відмінність одного підприємства від іншого в конкурентній боротьбі.

На думку прихильників цієї теорії саме правила, які склалися, а не сліпе прагнення підприємства за будь-яких обставин максимізувати прибуток, визначають характер рішень, що ним приймаються. Ці правила не є раз і назавжди встановленими, вони еволюціонують відповідно до зміни ділового середовища підприємства і несуть на собі відбиток як особистостей керівників підприємства, так і характеру його взаємовідносин із партнерами.

Поведінка підприємства є його безпосередньою, еволюційною реакцією на зміни внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування.

Еволюційна модель підприємства, на відміну від неокласичної, визнає, що у підприємства немає єдиного критерію оптимальності прийняття рішень.

Цей критерій є індивідуальним і враховує історичний досвід діяльності підприємства, його успіхи і невдачі на шляху свого розвитку, тобто критерій прийняття рішень є динамічним і періодично змінюється.

Підприємницька модель підприємства ґрунтується на уявленні про нього як *сферу прикладання підприємницької ініціативи та наявних у підприємця ресурсів*.

Звичайно, не всі підприємства можна назвати «підприємницькими», тому ця теорія, на відміну від інших теорій підприємства, має значно вужчий об'єкт дослідження.

Сучасне підприємство - це досить складна відкрита виробничо-господарська і соціальна система, яка складається із взаємозалежних частин - виробництв, цехів, дільниць, служб тощо; взаємодіє із зовнішнім середовищем, з якого у систему надходять необхідні фактори виробництва та в якому реалізуються продукція, роботи, послуги як результати виробництва; здійснює діяльність, спрямовану на задоволення суспільних потреб.

В основі підприємництва та в центрі діяльності будь-якого підприємства є фігура підприємця - вільного у своїх підприємницьких діях, активного, енергійного, налаштованого на успіх, схильного до ризику, адаптивного, упевненого в собі тощо.

Слід підкреслити, що у підприємницькій теорії фірми керівник підприємства при за будь-яких обставин залишається підприємцем, тобто людиною, метою професійної діяльності якої є організація виробничого та інших процесів для задоволення певної ринкової потреби.

Концепція агентської моделі підприємства відображає *взаємовідносини між власниками та менеджерами і виконавцями підприємства*. Згідно з цією концепцією власники, які не є керівниками підприємства, як правило, не володіють тією інформацією, якою володіють менеджери. За таких умов вони мусять бути впевненими у тому, що менеджери діятимуть в інтересах підприємства, тобто власника. На практиці узгодженість інтересів власників та менеджерів досягається за допомогою системи взаємовигідних контрактів, які по своїй суті не відрізняються від взаємодії покупця і продавця у крамниці. Підприємство фактично залишається набором обмежень для самостійно діючих індивідів.

Згідно з «**теорією виживання**», яка є певною мірою антиеволюційною, *підприємство в перехідний період не в змозі пристосуватися до постійних змін зовнішнього середовища*: коливань необхідної ринку номенклатури продукції та обсягів виробництва, фінансового стану постачальників, платоспроможності покупців та ін. Зв'язки між основними ланками економічної системи не забезпечують стабільності її існування в цілому. Поступова та узгоджена із зовнішнім середовищем еволюція неможлива, а

правила прийняття рішень на підприємстві руйнуються під тиском стресових ситуацій. Тому *головним завданням підприємства є виживання.*

В таких умовах керівники підприємства приймають рішення на основі лише короткострокової власної вигоди і мають на меті лише зміцнення свого ринкового становища.

Інтеграційна концепція підприємства розглядає його як *відносно стійку, цілісну соціально-економічну систему, яка інтегрує в часі й просторі процеси виробництва, реалізації продукції, відтворення ресурсів.* З'єднуючою ланкою між цими процесами та ринковим іміджем підприємства є його потенціал, який розглядається як сукупність ресурсів та можливостей підприємства, що визначають очікувані характеристики його розвитку в умовах мінливого зовнішнього середовища. Об'єктом прийняття рішень, як правило, є розподіл ресурсів та зусиль підприємства між нарощуванням потенціалу та його використанням, між виробництвом та відтворенням, між сучасним та майбутнім станом підприємства.

Концепція підприємства як «відкритої» матеріально-речової та соціально-економічної системи набуває все більшої популярності серед фахівців зі стратегічного управління. Згідно із цією концепцією *діяльність підприємства є погодженим у часі та просторі потоком ресурсів* (сировини, матеріалів, обладнання, грошових коштів, трудових ресурсів, інформації), а також їх запасів, які допомагають балансувати та підтримувати ці потоки для отримання запланованих результатів діяльності.

Підприємство є «відкритою» матеріально-речовою системою, оскільки його діяльність можна описати за допомогою моделі «вхід - вихід». На «вході» підприємства є всі види матеріальних і нематеріальних ресурсів, а на «виході» - товари, послуги тощо. «Вхідні» та «вихідні» потоки поєднують підприємство з відповідними ринками.

Така концепція зосереджує увагу на необхідності, з одного боку, враховувати вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємства, а з іншого, вимагає формувати ефективну виробничо-управлінську систему.

З *соціального погляду підприємство - це соціально-економічна підсистема суспільства,* завдяки якій здійснюється взаємодія та узгодження суспільних, колективних та особистих соціальних та економічних інтересів.

Для повного розуміння особливостей зазначеної концепції слід розглянути *основні переваги підприємства як «відкритої системи»* в порівнянні із «закритим» підприємством. До них належать:

- 1) ринковий успіх «відкритого» підприємства досягається за рахунок адаптації до мінливих зовнішніх умов;
- 2) визначальним при побудові системи управління є правильне визначення цілей;
- 3) в стратегічному плані такі підприємства першочерговим вважають споживання і тому підпорядковують своє виробництво ринковому попиту;
- 4) при побудові організаційних структур управління превалює гнучкість, багатоваріантність форм, відносна автономність окремих ланок

виробництва і управління, концентрація на виявленні проблем та генерації нових управлінських рішень;

5) основою поведінки в колективі є організаційна культура, заохочення ініціативи на усіх рівнях, підтримка талантів, широкий світогляд працівників та його поєднання з глибокими професійними знаннями.

Рекомендована література [1–3, 8 та ін.].

Тема 2. Регулювання, прогнозування та планування діяльності фірми

Зміст практичної роботи передбачає опрацювання теоретичного матеріалу, що, насамперед, повинен містити наступні завдання:

- 1 Розглянути сутність управління фірмою.
- 2 Визначити основні функції управління фірмою.
- 3 Розглянути методи планування діяльності фірми

Управління підприємством - це поєднання багатьох функцій: планування, організації, координації, регулювання, обліку, контролю, стимулювання та ін.

Функції управління спрямовані на досягнення цілей підприємства.

В умовах ринку підприємства можуть досягти своїх бізнесових цілей, поставлених завдань шляхом постійного аналізу чинників внутрішнього стану, його зовнішнього середовища, виявлення перспектив можливого розвитку та шляхів їх реалізації, визначення векторів поведінки на ринку, заходів щодо протидії конкуренції та ін., тобто планування своєї діяльності. Отже, *планування є важливішою складовою управління підприємством, фактично його центральною функцією.*

Планування повинно забезпечити взаємозв'язок усіх структурних підрозділів підприємства у ланцюгу: наукові дослідження і розробки, виробництво продукції та її збут.

Здійснення на підприємстві процесу планування як управлінської функції повинно спиратись на аналіз, оцінку і прогнозування споживчого попиту, наявних ресурсів та перспектив розвитку ринкової кон'юнктури. Тому воно повинно бути тісно пов'язане з іншими управлінськими функціями (визначенням потреб споживачів та співставленням з можливостями їх задоволення, а також функцією контролю) з метою постійного коригування показників виробництва і збуту продукції як реакції на зміни ринкового попиту

При цьому підприємства самостійно визначають шляхи розвитку виробництва, обирають і використовують системи мотивації працівників, розробляють виробничу програму та ін. Серед планових показників найважливішими є натуральні показники, показники якості продукції та кінцеві показники діяльності підприємства.

Створення системи планування на підприємстві вимагає певних затрат, але ефект від раціональної організації виробництва завжди перевищує їх. Тому не слід трактувати планування на підприємстві як сферу непродуктивних витрат і скорочувати витрати на нього, що часто спостерігається у практиці господарювання вітчизняних підприємств.

Якість планування на підприємстві в значній мірі залежить від врахування його **принципів**. Усі вони в практиці здійснення планової роботи на підприємстві дотримуються в процесі використання певних **методів планування**.

Найбільш використовуваними методами планування є:

ресурсний - використовується при монопольному становищі підприємства на ринку або слабкій конкуренції; планові показники встановлюються, виходячи із ресурсних можливостей підприємства;

статистичний - показники встановлюються з використанням середніх статистичних величин за даними минулих періодів;

Методи планування - це конкретні способи, прийоми, за допомогою яких розраховуються числові значення планових показників і стратегічних програм

факторний - величини планових показників визначаються на підставі впливу на них різних техніко-економічних чинників;

балансовий - полягає у використанні у планових розрахунках системи таблиць - балансів, які відображають потреби у певних видах ресурсів та джерела їх покриття;

економіко-математичні - здійснюється оптимізація плану підприємства за допомогою математичних залежностей і прийнятого критерію оптимізації;

графоаналітичний - передбачає використання графіків, діаграм при визначенні планових показників;

нормативний - планові показники встановлюються на основі використання прогресивних норм витрат ресурсів з урахуванням зміни цих норм у плановому році.

Найбільшу ефективність планової роботи забезпечує поєднання різних методів планування залежно від реальних умов внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства та їх динаміки, *наприклад*, за умов слабкої конкуренції доцільно використовувати ресурсний метод планування, а в умовах її посилення - факторний, економіко-математичні та ін.

Рекомендована література [1–5,9 та інші].

Тема 3. Ресурси фірми (персонал фірми, основні фонди та оборотні засоби підприємства, нематеріальні активи та ресурси)

Зміст практичної роботи передбачає опрацювання теоретичного матеріалу, що, насамперед, повинен містити наступні завдання:

- 1 Визначити сутність ресурсів підприємства.
- 2 Дослідити особливості персоналу фірми як її ресурсу

- 3 Визначити сутність основних фондів підприємства
- 4 Дослідити сутність нематеріальних ресурсів.

Персонал підприємства - це сукупність постійних працівників, які мають необхідну професійну підготовку та (або) практичний досвід і навички роботи в умовах ринкової економіки, коли загострюється протистояння виробників продукції, роль трудових ресурсів у забезпеченні ефективності виробництва суттєво зростає, оскільки саме людський капітал є вирішальним каменем забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Весь персонал підприємства поділяється на *дві великі групи*:

промислово-виробничий персонал (ПВП) - працівники, які зайняті у виробництві або його обслуговуванні: в основних і допоміжних підрозділах підприємства, в заводських лабораторіях і дослідних установах, апарат заводоуправління, працівники охорони;

непромисловий персонал (НПП) - працівники, які безпосередньо не пов'язані з процесом виробництва, а працюють у підрозділах невиробничої сфери підприємства (закладах культури, охорони здоров'я, житлово-комунальному господарстві тощо).

Такий поділ персоналу необхідний для узгодження трудових показників з показниками результатів трудової діяльності (при визначенні продуктивності праці враховується чисельність промислово-виробничого персоналу), для розрахунків заробітної праці і формування фонду оплати праці.

У Законі України «Про оподаткування прибутку підприємств» **основні фонди** визначаються як матеріальні цінності, які призначаються для використання у господарській діяльності підприємства протягом періоду, який перевищує 365 календарних днів із дати введення в експлуатацію таких матеріальних цінностей та вартість яких поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом.

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

Основні фонди поділяються на виробничі та невиробничі. **Основні виробничі фонди** функціонують у сфері матеріального виробництва підприємства. **Основні невиробничі фонди** не беруть безпосередньої участі в процесі виробництва, задовольняючи соціальні потреби працівників підприємства: житловий фонд, будинки відпочинку, медичні заклади, заклади громадського харчування та ін.

У промисловості залежно від сфери функціонування основні виробничі фонди поділяються на промислово-виробничі та непромислово-виробничі.

До промислово-виробничих фондів належать засоби праці підприємства, призначені для виробництва промислової продукції.

Непромислово-виробничі фонди — це засоби праці непромислових підприємств (підприємства сільськогосподарського призначення, ремонтно-будівельні дільниці, транспортні цехи та ін.).

За належністю основні виробничі фонди поділяють на власні і залучені.

Власні основні фонди — це фонди, які знаходяться на балансі підприємства. **Залучені** — взяті в тимчасове користування в іншій організації на умовах оренди або надання послуг.

За ознакою використання основні фонди поділяють на **діючі**, до яких належать засоби праці, що функціонують у процесі виробництва як в основному, так і в підсобному, і **недіючі**, якими вважаються фонди, які перебувають на стадії вибуття у зв'язку з їхнім зносом, на консервації або в запасі.

Нематеріальні ресурси — це немонетарні ресурси, які не мають матеріальної форми та контролюються підприємством з метою використання протягом періоду більше одного року (або одного операційного циклу, якщо він перевищує один рік) для виробництва, торгівлі, адміністративних потреб чи надання в оренду іншим юридичним або фізичним особам.

Нематеріальні ресурси — це складова частина потенціалу підприємства, здатна приносити економічну користь протягом відносно тривалого періоду, для якої характерні відсутність матеріальної основи здобування доходів та невизначеність розмірів майбутнього прибутку від її використання.

Рекомендована література [1–3, та ін.].

Тема 4. Витрати на виробництво. Собівартість продукції (послуг)

Зміст практичної роботи передбачає опрацювання теоретичного матеріалу, що, насамперед, повинен містити наступні завдання:

- 1 Визначення сутності виробничих витрат
- 2 Дослідити особливості визначення собівартості продукції.
- 3 Визначення типів витрат на виробництво.

Основною метою будь-якої підприємницької діяльності є прибуток як джерело фінансових ресурсів для розвитку підприємництва, що задовольняє потреби власників підприємства і держави в цілому.

Як відомо, прибуток (або збиток) від виготовлення продукції, виконання робіт або надання послуг (надалі — виготовлення продукції) визначається як різниця між виручкою від реалізації продукції (робіт, послуг) у діючих цінах і затратами на її виробництво та реалізацію, тобто її собівартістю.

Виручка прямо залежить від рівня цін, що сформувалися на ринку. Конкретне підприємство мало впливає на становище ринку і, отже, на очікуваний розмір виручки.

Рівень собівартості продукції значною мірою визначається підприємством-виробником. Зрозуміло, в основі вартості витрат виробництва лежать об'єктивні фактори: потреби в сировині, механізмах, робочій силі, рівень цін, що утворився на ресурси. В той же час на собівартість продукції суттєво впливає раціональне та ефективне використання ресурсів.

Отже, боротьба підприємства за зниження вартості виробництва своєї продукції є важливим кроком підвищення економічної віддачі від підприємства, зростання його конкурентоспроможності.

Термін «витрати» може застосовуватися в різних значеннях. Залежно від контексту під витратами розуміють видатки, затрати, витрати, виплати.

Отже, видатки є грошовим виміром ресурсів підприємства, що використовуються з будь-якою метою. Затрати періоду дорівнюють вартості всіх ресурсів, придбаних підприємством в цьому періоді. Витрати періоду зумовлені вибуттям ресурсів і зменшують нерозподілений прибуток підприємства цього періоду. Виплати ж пов'язані з оплатою ресурсів підприємства, — коштами.

Для виробництва конкурентоспроможної продукції підприємство вкладає кошти у фактори виробництва. При придбанні підприємством устаткування, інструменту, матеріалів і т. п. кошти на покупки становлять витрати або платежі підприємства. Виплата грошей з каси або банківського рахунку в цьому випадку має назву платежу.

Коли говорять про використання факторів виробництва, йдеться про витрати виробництва.

Витрати підприємства — це грошовий вираз використання факторів виробництва для виробництва та реалізації продукції.

У ринковій економіці розрізняють явні (бухгалтерські), альтернативні і безповоротні витрати. Грошові витрати на оплату праці, придбання сировини і матеріалів, амортизацію основних фондів та інші витрати, необхідні для здійснення виробництва і реалізації продукції, є явними витратами підприємства. Оскільки вони розраховуються на основі фінансових звітів, їх називають ще бухгалтерськими. Сукупність усіх явних витрат утворює собівартість продукції, а різниця між ціною реалізації і собівартістю — прибуток.

Витрати на використання якогось фактора виробництва, визначені з погляду якнайкращого їх альтернативного використання, називаються альтернативними витратами.

Поняття альтернативних витрат застосовується тільки тоді, коли є альтернативні варіанти. Ці витрати не завжди явно виражені, але їх доцільно враховувати при ухваленні економічних рішень.

Інша справа з безповоротними витратами, тобто раніше утвореними і невідшкодованими. Вони ніяк не можуть вплинути на економічне рішення керівництва підприємства.

Витрати підприємства можуть виникати внаслідок упровадження звичайної, тобто операційної, фінансової й інвестиційної діяльності

підприємства та надзвичайних подій. Варто звернути увагу на визначення перелічених вище різновидів діяльності підприємства. Отже, операційна діяльність — це основна діяльність підприємства, а також інші види діяльності, що не належать до фінансової чи інвестиційної діяльності. Основною визнається діяльність, пов'язана з виробництвом і реалізацією продукції; вона класифікується за галузями та видами економічної діяльності.

Рекомендована література [1–3,8 та інші].

Тема 5. Продуктивність праці, показники та методи її вимірювання. Оплата праці.

Зміст практичної роботи передбачає опрацювання теоретичного матеріалу, що, насамперед, повинен містити наступні завдання:

- 1 Визначення сутності та видів продуктивності праці
- 2 Дослідити основні методи розрахунку продуктивності праці.
- 3 Визначення форм оплати праці.

Продуктивність праці як економічна категорія представляє собою результативність (ефективність) праці, тобто здатність людей виготовляти певну кількість матеріальних благ за одиницю часу.

Залежно від масштабності виконуваних трудових процесів розрізняють наступні *види продуктивності праці*:

- глобальну;
- локальну;
- індивідуальну.

Глобальною продуктивністю праці (ПТГ) називається узагальнений показник народногосподарської ефективності праці по країні в цілому, який розраховується шляхом віднесення основних макроекономічних показників (валовий національний продукт (ВНП), валовий внутрішній продукт (ВВП), національний дохід (НД)) до чисельності зайнятих в суспільно-господарському виробництві (чЗ).

Індивідуальною продуктивністю праці (ПТІ) називається результативність праці на конкретному робочому місці, в конкретному цеху тощо. На конкретному робочому місці його ототожнюють з *нормою виробітку* по конкретному виду продукції, яка розраховується як кількість продукції в натуральному вираженні (Q), виготовленої за одиницю робочого часу (TP) Показник продуктивності праці займає центральне місце під час створення плану з інтенсифікації та підвищення ефективності трудової діяльності. Завдання щодо підвищення продуктивності праці орієнтує підприємство на випуск продукції з найменшими трудовими витратами, стимулює зростання виробництва і одночасне зменшення собівартості

продукції. Мобілізує, дійова сила цього завдання є більшою, коли на діяльність підприємства найменш впливають зміни зовнішнього середовища і воно повністю відображує дійсний трудовий внесок промислово-виробничого персоналу. Тому важливо застосувати такий показник, який може надати вірне представлення про реальний рівень і темп зростання продуктивності праці. В зв'язку з цим застосовують різні методи вимірювання продуктивності праці. Залежно від того, як і в яких показниках (натуральних чи вартісних) визначається обсяг виготовленої підприємством продукції та витрати праці, розрізняють *три основних методи вимірювання і обчислення продуктивності праці*:

1. Натуральний.
2. Вартісний.
3. Трудовий.

При **натуральному методі розрахунку продуктивності праці** обсяг виготовленої підприємством продукції обчислюють в натуральних вимірниках (в одиницях ваги, об'єму, кількості, довжини). А сам показник має два прояви: часовий і персоніфікований. *Часовий прояв* продуктивності праці (*ПТНАТІ*) відтворює кількість виготовленої підприємством продукції (робіт, послуг) в натуральному вимірі (Q) за одиницю часу, витраченого на її виробництво (*ТЕФ*)

Переваги методу:

- зрозумілий і наочний розрахунок продуктивності праці;
- можливість визначення продуктивності за кількістю виготовленої продукції;
- можливість порівняння ефективності праці на стаціонарних робочих місцях.

Недоліки методу:

- не враховується якість продукції;
- неможливо порівняти продуктивність праці, якщо в цеху (на підприємстві) виробляється неоднорідна продукція.

Для усунення останнього недоліку застосовують **умовно-натуральний метод**, в основі якого лежить визначення продуктивності праці (*ПТУМ-НАТ*) з урахуванням коефіцієнтів якості (перевідних коефіцієнтів) (ki).

Сфера застосування методу: в одноменклатурних виробництвах, коли підприємство (цех) виготовляє однорідну чи порівнювану продукцію.

В цехах (на підприємствах), де виробляється декілька (багато) видів продукції, яку неможливо порівняти за допомогою коефіцієнтів якості (перевідних коефіцієнтів), застосовують вартісний метод обчислення продуктивності праці.

При **вартісному методі розрахунку продуктивності праці** обсяг виготовленої підприємством продукції обчислюють у вартісних вимірниках. Показник має також два прояви: часовий і персоніфікований. *Часовий прояв* продуктивності праці (*ПТВАРТІ*) відтворює обсяг виготовленої підприємством продукції (здійснених робіт, наданих послуг) у вартісному

вимірі у вигляді валової (ВП) чи товарної (ТП) продукції за одиницю часу, витраченого на її виробництво (ТЕФ)

Переваги методу:

- можливість застосування за умов багатомноменклатурного виробництва з широким асортиментом виготовлюваної продукції;
- можливість визначення і характеристики динаміки і рівня продуктивності за асортиментом виготовленої продукції по підприємству і в цілому по галузі промисловості з обчисленням темпів зростання за будь-які проміжки часу.

Недоліки методу:

- за умови зміни асортименту вироблюваної продукції, а також в умовах спеціалізації і кооперування підприємств спотворюється дійсний показник продуктивності праці;
- запропонований показник продуктивності праці залежить від встановлених на продукцію цін, тобто якщо в плановому періоді в порівнянні зі звітним зростає частка продукції, на яку встановлено високі ціни, обсяг валової (товарної) продукції, а відтак і виробіток на одного працівника теж зростають, навіть коли обсяги продукції в натуральному відтворенні та її трудомісткість залишилися незмінними;
- залежність від змін виробничої структури підприємства (з однієї сторони, розгалуженість виробництва може призвести до ненавмисних втрат при обчисленні загальної валової продукції в цілому по підприємству, з іншої – організація власного виробництва напівфабрикатів всупереч отриманню їх ззовні чи внаслідок об'єднання підприємств збільшує показник валової (товарної) продукції, тим самим збільшуючи показник продуктивності праці);
- орієнтація показника продуктивності праці на матеріаломісткість здебільшого на вартість минулої, уречевленої праці (сировини, матеріалів, палива, амортизації) порівняно з вартістю живої праці, що призводить до невідповідності встановлених на продукцію цін її трудомісткості на кожному окремо взятому підприємстві, а відтак спотворюється показник валової (товарної) продукції, і, як наслідок, – показник продуктивності праці.

Для усунення останнього недоліку часто застосовують методи обчислення продуктивності праці за **умовно-чистою** чи **чистою продукцією**.

Чистою продукцією (ЧП) називається обсяг виготовленої підприємством продукції у вартісному відтворенні з урахуванням тільки живої праці, іншими словами це наново створена вартість на підприємстві. Вона розраховується як різниця між валовою продукцією (ВП) та вартістю минулої, уречевленої праці, тобто прямими матеріальними витратами (ВМ) на сировину, матеріали, паливо, енергію тощо і амортизацією основних фондів та нематеріальних активів, що беруть участь у виробництві продукції (АР), отже, включає суму оплати живої праці (ЗП) з обов'язковими відрахуваннями (ВЗП) та заплановану до отримання частину прибутку (АП).

Важливими складовими організації заробітної плати на підприємстві є її форми і системи, які забезпечують зв'язок між оплатою праці та її результатами (індивідуальними і колективними). Форми і системи оплати праці встановлюються підприємствами та організаціями самостійно у колективному договорі з дотриманням вимог і гарантій, передбачених законодавством, Генеральною та галузевими (регіональними) угодами.

Найчастіше застосовують дві основні форми заробітної плати – *відрядну* (відповідно до кількості виробленої продукції) й *погодинну* (відповідно до кількості відпрацьованого часу).

Форми заробітної плати мають відповідати таким вимогам:

- 1) найповніше враховувати результати праці;
- 2) створювати відповідні передумови для постійного зростання продуктивності та якості праці;
- 3) сприяти підвищенню матеріальної зацікавленості працівників у постійному виявленні і використанні резервів підвищення продуктивності праці.

Основними умовами застосування тієї чи іншої форми заробітної плати є рівень технічної озброєності виробництва, характер технологічного процесу та організації виробництва і праці, ступінь використання виробничих потужностей і устаткування, обґрунтованість процесу нормування праці тощо.

Проте, є специфічні умови застосування форм оплати праці. Так, для відрядної оплати праці необхідна наявність прямо пропорційної залежності між витратами живої праці й одержаними результатами, тобто працівник повинен вмотивовано збільшувати випуск продукції відповідно до потреб виробництва і ринку взагалі.

Сьогодні в Україні переважною формою оплати праці робітників залишається відрядна. Погодинна ж заробітна плата застосовується для оплати праці службовців і спеціалістів.

Відрядна і погодинна форми оплати праці підрозділяються на системи.

Системами відрядної форми оплати праці є:

- пряма відрядна;
- непряма відрядна;
- відрядно-преміальна;
- відрядно-прогресивна;
- акордна;
- колективна (бригадна) відрядна.

Системами погодинної форми оплати праці є:

- пряма погодинна;
- погодинно-преміальна;
- погодинно-прогресивна;
- колективна (бригадна) погодинна.

В основі побудови системи оплати праці на підприємстві мають бути конкретні показники роботи, які піддаються точному обліку і повною мірою відображають працю колективу або окремого працівника.

Відрядна форма оплати праці

Сутність відрядної форми заробітної плати полягає в тому, що її розмір залежить від кількості виробленої робітником продукції (виконаної роботи) належної якості на основі попередньо встановлених норм часу (виробітку) і розцінок з урахуванням складності та умов праці.

Ефективне застосування відрядної форми оплати праці можливе за умов:

- наявності кількісних показників виробітку, за допомогою яких встановлюють норми й розцінки та визначають заробіток відповідно до результатів праці;
- можливості й необхідності підвищення індивідуальної або групової продуктивності праці на даному робочому місці;
- забезпечення науково обґрунтованого нормування праці і правильного обліку виконаної роботи;
- здійснення чіткого контролю за якістю продукції.

Основою відрядної оплати праці є встановлення норм часу (виробітку) і обґрунтованість тарифних ставок.

Пряма відрядна система оплати праці

За індивідуальної прямої відрядної системи розмір заробітної плати залежить від результатів роботи кожного робітника. Виготовлена робітником продукція (виконана робота) оплачується за індивідуальними розцінками. Під *розцінкою* слід розуміти встановлену на підприємстві вартість виготовлення одиниці продукції (надання послуги).

Індивідуальна відрядна розцінка визначається двома способами: для тих виробництв, де встановлюються норми виробітку, – діленням годинної (або денної) тарифної ставки, яка відповідає розряду виконаної роботи, на годинну (або денну) норму виробітку, а для виробництв, де застосовуються норми часу, – множенням годинної тарифної ставки на норму часу,

Рекомендована література [1–3,8 та інші].

Тема 6. Ціни на продукцію (послуги) фірми: встановлення і регулювання.

Зміст практичної роботи передбачає опрацювання теоретичного матеріалу, що, насамперед, повинен містити наступні завдання:

- 1 Визначення сутності ціни на продукцію (послуги)
- 2 Дослідити основні функції цін.
- 3 Розглянути види класифікації цін.

Ціна є грошовим вираженням вартості товару. Роль ціни полягає в тому, що вона повинна покривати витрати на виробництво товарів (послуг) і приносити товаровиробнику гарантований прибуток, забезпечуючи справедливий рівень рентабельності.

Функції цін:

1) *вимірювально-інформаційна функція* полягає у вираженні в єдиній грошовій формі різних за своєю натуральною формою товарів (послуг).

Ціна є критеріальним орієнтиром при обґрунтуванні підприємством рішення щодо доцільності і вигідності виробництва визначеного виду товарів (послуг), а також щодо розширення чи скорочення виробництва;

2) *розподільна функція* передбачає, що за її допомогою здійснюється перерозподіл доходів між товаровиробником і споживачем;

3) *стимулююча функція* полягає в тому, що ціна має інтенсифікувати виробництво, спрямовуючи його на залучення додаткового капіталу для розширення та розбудови діяльності підприємства;

4) *регулююча функція* полягає в тому, що ціна коригує попит і пропозицію товарів на ринку, а також визначає взаємини між споживачами і виробниками на рівні встановлення рівноважної ціни.

В практиці ціноутворення існує досить розгалужена класифікація цін:

- *за обсягами реалізації продукції* виділяють оптові і роздрібні ціни;

- *за якістю виготовленої продукції* розрізняють ціни для товарів вищої якості,

першого сорту, другого сорту тощо;

- *за часом дії* розрізняють постійні, тимчасові (на освоєвану продукцію), сезонні ціни (відповідно до пори року);

- *за територіальною ознакою* виділяють єдині (загальнодержавні), місцеві, світові ціни тощо;

- *за ступенем урахування в ціні транспортних витрат (франкування цін)* розрізняють тринадцять базисів постачання, зібраних в чотири групи:

«E» – термін – EX Works (продавець передає товар покупцю на своїй території);

«F» – терміни – FCA, FAS і FOB (продавець зобов'язаний доставити товар перевізнику, визначеному покупцем);

«C» – терміни – CFR, CIF, CPT і CIP (продавець повинен укласти контракт на перевезення без прийняття на себе ризиків втрати або ушкодження товару або додаткових витрат внаслідок подій, що мають місце після відвантаження і відправлення);

«D» – терміни – DAF, DES, DEQ, DDU і DDP (продавець повинен нести всі витрати і ризики, необхідні для доставки товару в країну призначення).

Отже, ціна має враховувати корисність товарів чи суму якісних властивостей, заради яких цей товар придбавається.

За ступенем визначеності розрізняють визначені ціни та ціни, що визначаються.

Під *визначеною ціною* розуміють фіксовану вартість товару.

Під *ціною, що визначається*, розуміють непряме посилання на умови обчислення ціни до моменту здійснення платежу.

За способом фіксації ціни бувають: тверді, періодично тверді, рухливі та плаваючі. протягом усього терміну його дії і не залежить від періодичності постачання товару (послуги).

Періодично тверді ціни на товар передбачають встановлення певної фіксованої суми, дійсної на визначений період часу.

Рухлива ціна – це ціна, яка переглядається, якщо ринкова ціна певного товару до моменту його постачання зміниться. Рухливі ціни, на відміну від періодично твердих, за умов істотних змін на ринку передбачають перегляд і коригування на певний відсоток.

Плаваюча ціна – це ціна, обчислена шляхом перегляду базисної ціни з урахуванням змін виробничих витрат в період укладання угод (формування портфелю замовлень).

За ступенем оприлюднення розрізняють опубліковані ціни, до яких відносяться довідкові ціни, біржові котирування, ціни аукціонів, ціни фактичних угод, ціни пропозицій окремих фірм та розрахункові ціни.

Коли йдеться про продаж унікального товару, який раніше на ринок не постачався і який надто складно порівняти з аналогами, застосовується *розрахункова ціна*.

При її обчисленні враховуються технічні й комерційні умови замовлення, наводиться порівняння з аналогічними товарами.

Рекомендована література [1–3,8 та інш.].

Тема 7. Фінансово-економічні результати і ефективність діяльності фірми.

Зміст практичної роботи передбачає опрацювання теоретичного матеріалу, що, насамперед, повинен містити наступні завдання:

1. Визначення сутності прибутку фірми
2. Дослідити основні методи визначення ефективності діяльності фірми.
3. Визначення стності екологічного ефекту.

Прибуток — це та частина виручки, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу й комерційну діяльність підприємства.

Залежно від формування та розподілу розрізняють декілька видів прибутку:

- валовий;
- від операційної діяльності;
- від звичайної діяльності до оподаткування;

- від звичайної діяльності;
- чистий.

Згідно з П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати», **прибуток** — це сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати, а **збиток** — це перевищення суми витрат над сумою доходу, для отримання якого були здійснені ці витрати.

Валовий прибуток (збиток) розраховується як різниця між чистим доходом від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) і собівартістю реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)

Ефективність виробництва — являє собою комплексне відбиття кінцевих результатів використання засобів виробництва і робочої сили за певний проміжок часу (у зарубіжних країнах з розвинутою 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.

Результат виробництва як найважливіший компонент для визначення його ефективності не слід тлумачити однозначно. Йдеться про корисний кінцевий результат.

Можна розрізнити:

- а) кінцевий результат процесу виробництва;
- б) кінцевий народногосподарський результат роботи підприємства (об'єднання підприємства).

Перший відбиває матеріалізований результат процесу виробництва, який вимірюється обсягом продукції в натуральній і вартісній формах, другий включає не лише кількість виготовленої продукції, а й охоплює її споживну вартість. Кінцевим результатом процесу виробництва, виробничо-господарської діяльності підприємства за той чи інший проміжок часу є чиста продукція, тобто новостворена вартість, а фінансовим результатом комерційної діяльності — прибуток.

Ефективність виробництва (продуктивність системи) має поліморфність визначення і застосування для аналітичних оцінок і управлінських рішень. З огляду на це важливим є вирізнення за окремими ознаками відповідних видів ефективності (продуктивності), кожний з яких має певне практичне значення. Види ефективності виробництва (продуктивності системи) поділяються за такими ознаками:

За наслідками:

- економічна;
- соціальна.

За місцем одержання:

- локальна (госпрозрахункова);
- народногосподарська.

За ступенем збільшення ефекту:

- первісна;
- мультиплікаційна.

За метою визначення:

- абсолютна;
- порівняльна.

Відповідні види ефективності виробництва виокремлюються переважно за різноманітністю одержуваних результатів (ефектів) господарської діяльності підприємства. Перш за все результат (ефект) виробництва буває економічним або соціальним.

Економічний ефект відображає різні вартісні показники, що характеризують проміжні і кінцеві результати виробництва на підприємстві (в об'єднанні підприємств). До таких показників належать обсяг товарної, чистої або реалізованої продукції, величина одержаного прибутку, економія тих чи інших видів виробничих ресурсів або загальна економія від зниження собівартості продукції тощо. Соціальний ефект 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. Соціальні наслідки виробництва можуть бути не лише позитивними, але й негативними (наприклад, поява безробіття, посилення інфляції, погіршення екологічних показників).

Вони мають ту особливість, що далеко не всі з них піддаються кількісному вимірюванню. У зв'язку з цим на підприємствах визначають, оцінюють і регулюють (у межах своїх можливостей) як економічну, так і соціальну ефективність виробництва (продуктивність системи).

Залежно від об'єкту, стосовно якого визначають результативність його функціонування, розрізняють локальний (госпрозрахунковий) і народногосподарський ефекти. Локальний (госпрозрахунковий) ефект означає конкретний результат виробничо-господарської чи іншої діяльності даного підприємства, внаслідок якої воно має певний зиск.

Якщо ж виробництво продукції на даному підприємстві потребує додаткових витрат ресурсів, але її споживання (використання) на іншому підприємстві пов'язане з меншими експлуатаційними витратами або іншими позитивними наслідками діяльності, то йдеться про визначення народногосподарського ефекту, тобто спільного ефекту у сферах виробництва і споживання відповідних виробів (послуг).

Рекомендована література [1–3,8 та інш.].

2 ОРГАНІЗАЦІЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ ПО ВИВЧЕННЮ ТЕОРЕТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ

Тема 1. Фірма як суб'єкт господарювання

Основною виробничо-господарською ланкою національної економіки є підприємство. Визначення поняття підприємства та правові засади його функціонування сформульовано у главі 7 Господарського кодексу України (далі – ГКУ) №436-IV від 16.01.2003 р., чинного з 01.01.2004 р.

ГКУ встановлює відповідно до Конституції України правові основи господарської діяльності (господарювання), яка базується на різноманітності суб'єктів господарювання різних форм власності.

Його метою є забезпечення зростання ділової активності суб'єктів господарювання, розвитку підприємництва і на цій основі підвищення ефективності суспільного виробництва, його соціальної спрямованості відповідно до вимог Конституції України, утвердження суспільного господарського порядку в економічній системі України, сприяння гармонізації її з іншими економічними системами.

Підприємство – самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування (або іншими суб'єктами) для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності. Під господарською діяльністю слід розуміти діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямовану на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність.

Насамперед треба визначитися зі змістом понять "фірма" і "підприємство". Необхідність цього зумовлено тим, що в Україні і в правовому, і в економічному обігу ці поняття використовують як синоніми. Наприклад, якщо звернутися до визначення підприємства в ст. 1 Закону України "Про підприємства", то можна зробити висновок, що зміст зазначених понять ототожнюється: "Підприємство — основна організаційна ланка народного господарства України. Підприємство — самостійний господарський суб'єкт, що має права юридичної особи і здійснює виробничу, науково-дослідну і комерційну діяльність з метою отримання відповідного прибутку (доходу)". Як бачимо, за змістом термін "підприємство" відображає головні характерні риси фірми — самостійного господарського суб'єкта ринкової системи. Саме фірма як юридично та економічно самостійна підприємницька одиниця веде господарську діяльність на підприємствах, володіє та керує ними з метою отримання прибутку. Навпаки, підприємство — це техніко-організаційна ланка фірми, у межах якої безпосередньо здійснюється технологічне сполучення засобів виробництва та робочої сили і діяльність якої спрямовується на досягнення цілей фірми. Фірма може

володіти кількома підприємствами, а може й одним підприємством, у цьому разі обидва терміни збігаються.

Самостійність фірми як господарського суб'єкта ринкової системи — це її юридична, організаційна, виробнича, економічна, фінансова відокремленість та незалежність. Юридично фірма самостійна завдяки статусу юридичної особи, якого вона набуває після державної реєстрації. Саме як юридична особа фірма володіє право- та дієздатністю щодо цілей діяльності, які передбачені в її установчих документах. При цьому юридичних прав та обов'язків фірма набуває через свої органи, а у певних випадках згідно з чинним законодавством і через своїх учасників. Фірма організаційно відокремлена, вона незалежна у виробничому, економічному і фінансовому аспектах, бо може самостійно приймати рішення стосовно використання ресурсів, інвестицій, коштів тощо.

Фірма, як організаційна форма підприємницької діяльності, по-перше, виконує функції економічного ресурсу суспільства — підприємництва: створення нових потреб, товарів та ринків, певна комбінація та ефективне використання обмежених ресурсів, контроль за витратами, інновації; по-друге, приймає на себе операційні функції бізнесу: маркетинг, виробництво (у тому числі здійснення робіт, надання послуг, торгівля та інші напрями діяльності), науково-технічний розвиток, матеріально-технічне забезпечення, управління персоналом, фінансування та облік.

У практиці господарювання кожне підприємство представляє собою складну економічну систему, що здійснює багато видів діяльності.

Основним завданням діяльності підприємства (фірми) є забезпечення потреб суспільства товарами (послугами) відповідного асортименту та належної якості. Виконання основного завдання підприємства вимагає вирішення таких окремих завдань:

- постійне підвищення ефективності виробництва;
- своєчасне і термінове впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво;
- постійне зростання культурно-технічного та професійно-кваліфікаційного рівня працівників підприємства і залучення їх до творчої діяльності (винахідництво, раціоналізаторство, новаторство).

Основними ознаками підприємства є:

- виробничо-технічна єдність;
- економічна єдність;
- організаційна єдність.

Література [5].

Питання для самоперевірки:

1. *Надайте визначення фірми.*
2. *Як визначається самостійність фірми як господарського суб'єкта ринкової системи?*
3. *Що є основним завданням фірми*

4. Назвіть основні ознаки підприємства?

Тема 2. Основи підприємницької діяльності

Всі види підприємницької діяльності, а також зміст підприємництва як соціально-економічного процесу регламентуються Господарським Кодексом України (глава 4).

Згідно із ст.42 ГКУ **підприємництвом** є самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, здійснювана суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

Підприємці мають право без обмежень самостійно здійснювати будь-яку підприємницьку діяльність, не заборонену законом. На відміну від цього здійснення підприємницької діяльності органами державної влади та органами місцевого самоврядування забороняється.

Принципи підприємницької діяльності:

- вільний вибір підприємцем видів підприємницької діяльності;
- самостійне формування підприємцем програми діяльності, вибір постачальників і споживачів виготовлюваної продукції, залучення матеріально-технічних, фінансових та інших видів ресурсів, використання яких не обмежено законом, встановлення цін на продукцію та послуги відповідно до закону;
- вільний найом підприємцем працівників;
- комерційний розрахунок та власний комерційний ризик;
- вільне розпорядження прибутком, що залишається у підприємця після сплати податків, зборів та інших платежів, передбачених законом;
- самостійне здійснення підприємцем зовнішньоекономічної діяльності, використання підприємцем належної йому частки валютної виручки на свій розсуд.

Підприємці мають право укладати з громадянами договори щодо використання їх праці. При укладенні трудового договору підприємець зобов'язаний забезпечити належні і безпечні умови праці, оплату праці не нижчу від визначеної законом та її своєчасне одержання працівниками, а також інші соціальні гарантії, включаючи соціальне й медичне страхування та соціальне забезпечення відповідно до законодавства.

Підприємці зобов'язані не завдавати шкоди довкіллю, не порушувати права та законні інтереси громадян і їх об'єднань, інших суб'єктів господарювання, установ, організацій, права місцевого самоврядування і держави. За завдані шкоду і збитки підприємець несе майнову та іншу встановлену законом відповідальність.

Підприємницька діяльність може здійснюватися в таких формах:

- безпосереднє виробництво будь-якого товару (продукту, послуги);
- виконання посередницьких функцій з товароруху від виробника до споживача.

У підприємстві доцільно розглядати два основних елементи:

- інноваційну діяльність як підприємницьку функцію;
- дії підприємця як носія і втілювача даної функції.

Результатом кожного типу підприємницької діяльності є досягнення сформульованих *цілей*.

Основними цілями підприємницької діяльності є:

- одержання прибутку від вкладеного в той чи інший об'єкт підприємництва капіталу, фінансових, ресурсних, матеріальних і нематеріальних засобів;

- задоволення попиту суспільства щодо конкретних потреб його членів.

У процесі виробництва чи посередницької діяльності цілі можуть носити більш глобальний характер, зокрема, це може бути:

- нагромадження коштів для завоювання нових ринків і розвитку виробництва;

- поліпшення соціальних умов співробітників підприємства;

- формування та оптимізація платоспроможного попиту споживачів продукції підприємства;

- формування етичних і високоморальних норм в суспільстві, поліпшення культури споживання тощо.

Завдання, що формулюються для виконання в підприємницькій діяльності і сприяють досягненню поставлених цілей, можна розділити на два напрями:

- 1) комплекс завдань, виконання яких забезпечує успіх інноваційної діяльності підприємця;

- 2) комплекс завдань, виконання яких формує ефективність сталих чи наново здійснюваних процесів виробництва чи посередницької діяльності.

З огляду на сформульовані завдання, *економічна сутність підприємництва* полягає в пошуку і реалізації нових комбінацій факторів виробництва (відновлення продукції, технології, організаційних підходів) з метою задоволення виявленого попиту.

Основним суб'єктом підприємницької діяльності виступає підприємець, який взаємодіє зі споживачем, державою, найманими працівниками, партнерами по бізнесу. Взаємодія підприємця із зовнішніми організаціями, партнерами, конкурентами, окремими групами споживачів, постачальниками, місцевими і центральними органами влади, податковими органами, митницею й іншими учасниками підприємницької діяльності вимагає дотримання установлених форм, норм і правил співробітництва, про які вже йшлося в цьому підрозділі.

Об'єктами підприємництва є, по-перше, інноваційна (дослідження, розробки, технічні послуги), по-друге, виробнича (з виготовлення товарів і надання послуг), потреба, торговельно-посередницька діяльність. *Об'єктами власне підприємницької діяльності* є виготовлена продукція, виконана робота чи надана послуга, – все, що може задовольнити потреби і пропонується на ринку для придбання, використання і споживання.

Література [1-5].

Питання для самоперевірки:

1. Надайте визначення підприємництва.
2. Назвіть принципи підприємницької діяльності
3. Назвіть форми підприємницької діяльності.
4. Назвіть цілі підприємницької діяльності.
5. Назвіть завдання підприємницької діяльності.

Тема 3. Управління фірмою.

Підприємство, функціонуючи на ринку, переслідує певну *мету*. Такою метою є одержання певної економічної вигоди, яка може бути досягнута лише шляхом розумного поєднання *двох ключових завдань* - задоволення суспільних потреб у певній продукції (роботах, послугах) та отримання прибутку підприємством або підприємцем.

При цьому підприємство розглядається як *відкрита система*, яка взаємодіє із зовнішнім середовищем, залежить від нього та використовує ці взаємозв'язки з максимальною користю для себе.

Разом з тим, всередині самого підприємства відбуваються процеси виробництва, організації збуту, технічного оновлення, навчання персоналу та цілого ряду інших функцій. Всі вони спрямовані на виробництво вихідного продукту, який «підє» на ринок для задоволення його потреб.

Для досягнення поставлених цілей на підприємстві слід розподілити виконувані функції між окремими складовими системи: виробничими і невиробничими підрозділами (цехами, відділами, дільницями, закладами), окремими працівниками всередині них, а також забезпечити координацію їх діяльності.

Управління підприємством є діяльністю, спрямованою на ефективне його функціонування і досягнення поставленої мети через використання засобів і методів впливу на усі процеси всередині нього, координацію роботи структурних підрозділів та персоналу

Завдання управління підприємством – забезпечити скоординовану діяльність його підрозділів, а також координацію роботи підприємства з елементами зовнішнього середовища.

Особливе місце управління в ринковій економіці обумовлене тим, що саме воно повинно забезпечити зв'язок, інтеграцію економічних процесів на підприємстві. *Наприклад*, інтересів його власника щодо одержання доходу, забезпечення потенційних можливостей для майбутнього розвитку; інтересів працівників підприємства щодо належного рівня оплати праці, соціального захисту, створення умов для відпочинку та всебічного розвитку.

Управління підприємством пов'язує воедино його внутрішні резерви і зовнішнє середовище, найбільш суттєвими компонентами якого є державне регулювання економіки, конкуренція, стан соціального середовища тощо.

Управління в такому випадку посилює можливості підприємства адаптуватись до середовища, підвищує його конкурентоспроможність.

Чинне законодавство України, зокрема, Господарський кодекс України, визначає *основні засади управління підприємствами різних форм власності*.

У *ст.65 ГКУ* йдеться про те, що **управління підприємством** здійснюється відповідно до його установчих документів на основі поєднання прав власника щодо господарського використання свого майна і участі в управлінні трудового колективу.

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

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

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

Практично принципи управління реалізуються через сукупність нормативів, правових, моральних норм, соціально-психологічний настанов тощо.

Серед принципів управління можна виділити:

чіткий розподіл праці – дозволяє визначити коло виконуваних функцій як самих управлінців, так і безпосередніх виконавців управлінських рішень;

додержання дисципліни і порядку – необхідне з огляду на те, що недотримання організаційних параметрів поведінки працівниками спричиняє неповне, неякісне виконання своїх функцій і неефективне управління;

повноваження і відповідальність – пов'язаний з принципом чіткого поділу праці і передбачає визначення кола повноважень управлінців різних рівнів, міру відповідальності за прийняті управлінські рішення, а також своєчасність і якість їх виконання;

використання мотивації високопродуктивної праці – ефективність управління визначається, в значній мірі, системою мотивації менеджерів; можуть використовуватись різні методи мотивації, починаючи від прямих економічних (форма і розміри оплати праці, премії, участь у прибутках) і завершуючи не грошовими (гнучкі робочі графіки, просування по службі, участь у прийнятті рішень на більш високому рівні);

забезпечення рівної справедливості для всіх - як самі управлінці, так і виконавці їх рішень повинні бути впевнені, що всі вони однаковою мірою справедливо відповідають за виконання своїх функцій і також справедливо будуть винагороджені за високі результати роботи;

впевненість у постійності і стабільності роботи – цей принцип дозволяє розкрити кожному працівником усі свої потенційні можливості, скерувати зусилля на якомога якісніше виконання завдань, оскільки впевненість у завтрашньому дні є одним із визначальних стимулів до високопродуктивної праці;

Література [2-4].

Питання для самоперевірки:

1. Назвіть визначення управління фірмою.
2. Як здійснюється управління фірмою?
3. Назвіть основні принципи управління?

Тема 4. Персонал фірми

Досконалість використовуваних на підприємстві засобів і предметів праці (обладнання, приладів, установок, сировини, матеріалів тощо) не є запорукою одержання ним високих кінцевих результатів виробництва. Це пояснюється тим, що ефективність функціонування підприємств найбільшою мірою залежить від забезпечення їх професійними і кваліфікованими кадрами. Їх називають *персоналом підприємства*.

Персонал підприємства - це сукупність постійних працівників, які мають необхідну професійну підготовку та (або) практичний досвід і навички роботи. В умовах ринкової економіки, коли загострюється протистояння виробників продукції, роль трудових ресурсів у забезпеченні ефективності виробництва суттєво зростає, оскільки саме людський капітал є вирішальним каменем забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Вагомість ролі кадрів у забезпечення ефективної роботи підприємства посилюється ще й тим, що його персонал повинен бути здатним виробляти нові ідеї, впроваджувати їх у життя в умовах інноваційного виробництва, його високої наукомісткості.

На перший план в умовах конкуренції «виходять» питання якості продукції, а це також змінює комплекс вимог до працівників, підвищує значимість високого професіоналізму і творчого, не формального ставлення до праці.

Весь персонал підприємства поділяється на *дві великі групи*:

промислово-виробничий персонал (ПВП) - працівники, які зайняті у виробництві або його обслуговуванні: в основних і допоміжних підрозділах підприємства, в заводських лабораторіях і дослідних установах, апарат заводоуправління, працівники охорони;

непромисловий персонал (НПП) - працівники, які безпосередньо не пов'язані з процесом виробництва, а працюють у підрозділах невиробничої сфери підприємства (закладах культури, охорони здоров'я, житлово-комунальному господарстві тощо).

Такий поділ персоналу необхідний для узгодження трудових показників з показниками результатів трудової діяльності (при визначенні продуктивності праці враховується чисельність промислово-виробничого персоналу), для розрахунків заробітної праці і формування фонду оплати праці.

Залежно від виконуваних функцій персонал підприємства поділяється на чотири категорії: робітники, службовці, спеціалісти, керівники.

Важливою є класифікація персоналу за **професіями, спеціальностями і кваліфікацією.**

Професія характеризує вид трудової діяльності, яка потребує спеціальних знань, підготовки і практичних навичок. Професія вказує на галузеву приналежність і відображає особливості технології виготовлення продукції та специфічні умови праці у певній галузі (*наприклад*, машинобудівники, будівельники, текстильники і т.д.).

Спеціальність виділяється в межах певної професії і характеризує відносно вузький різновид трудової діяльності, яка вимагає від виконавця робіт вужчої, але глибшої підготовки, *наприклад*, у складі машинобудівників можна виділити спеціальності: фрезерувальники, токарі, інструментальники, слюсарі та ін.

Професії і спеціальності відображають лише галузь прикладання праці. З виникненням нових галузей, виробництв, з розвитком науки і техніки з'являються нові професії і спеціальності, *наприклад*, ріелтори, маркетингологи, креативні менеджери, дизайнери та ін.

Структура персоналу підприємства є співвідношенням між окремими групами і категоріями його персоналу. Розрізняють такі види структури залежно від класифікаційної ознаки:

Робітники - в залежності від відношення до процесу створення продукції поділяються на *основні* (беруть безпосередню участь у процесі виготовлення продукції) і *допоміжні* (виконують функції допомоги і обслуговування основного виробництва). В умовах впровадження досягнень НТП у виробництво поділ робітників на основні і допоміжні є умовним. Крім того, такий поділ обумовлюється галузевою приналежністю підприємства. До категорії «робітники» також належать прибиральники, гардеробники, кур'єри, чергові, сторожі, телефоністи, оператори зв'язку, листоноші та ін.

Категорії персоналу підприємства

Службовці - працівники, які здійснюють господарське обслуговування, підготовку та оформлення документації, функції обліку і контролю (обліковці, табельники, касири, діловоди, архіваріуси, коректори технічної документації, креслярі, стенографісти тощо). Виконання перелічених видів робіт не вимагає тривалої фахової підготовки і високого рівня кваліфікації працівників.

Спеціалісти - працівники, які займаються інженерно-технічними, економічними, юридичними та іншими роботами, що вимагають спеціальної висококласної фахової підготовки; до них належать інженери, економісти, соціологи, технологи, ревізори, товарознавці тощо. Кваліфікаційний рівень цієї категорії персоналу має бути достатньо високим, оскільки саме вони безпосередньо впливають на формування рішень керівного складу

працівників підприємства, доводять ці рішення до безпосередніх виконавців, контролюють їх виконання, при необхідності коригують та ін.

Керівники - займають посади керівників підприємства та його структурних підрозділів: директори, начальники, завідувачі, головні спеціалісти, майстри, а також заступники керівників, що займають перелічені посади.

Керівники підприємства визначають принципові засади функціонування і напрямки розвитку підприємства, затверджують його стратегію поведінки на ринку, формують основи взаємовідносин з конкурентами, постачальниками, споживачами та ін. Разом з тим вони несуть повну відповідальність за ефективність і результати функціонування підприємства.

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

2. *Професійно-кваліфікаційна структура* – це частка працівників різних професій та кваліфікаційних рівнів у загальній чисельності персоналу; зміни у такій структурі можуть бути викликані якісними і кількісними змінами у галузевій структурі виробництва, змінами у технології виробництва та організації праці, в індивідуальних характеристиках самої робочої сили; кваліфікаційна структура визначається окремо для різних категорій персоналу, оскільки вони мають різні кваліфікаційні ознаки.

3. *Статева структура персоналу* характеризує співвідношення працівників різних статей у загальній чисельності персоналу підприємства; є галузі та виробництва з переважно «жіночою» працею, *наприклад*, текстильна, трикотажна, швейна. Підприємствам таких галузей необхідно вирішувати низку проблем соціально-економічного характеру.

4. *Вікова структура персоналу* відображає співвідношення чисельності працівників відповідних вікових груп у загальній чисельності персоналу підприємства.

Література [6, 9].

Питання для самоперевірки:

1. *Надайте визначення персоналу підприємства?*
2. *Які розізнять категорії персоналу фірми?*
3. *Як класифікуєть персонал підприємства залежно від виконуваних функцій?*
4. *Яки розрізняють структурні види поділення персоналу?*

Тема 5. Виробничі фонди

Термін «фонди» походить від латині і дослівно означає «основа». Це дійсно основа продуктивної діяльності підприємства, оскільки виробниче підприємство не може діяти, не маючи засобів виробництва.

Основні фонди — це засоби праці, які мають вартість, функціонують у виробничому процесі тривалий час, не змінюючи при цьому своїх форм і розмірів, а свою вартість переносять на вартість готової продукції поступово, шляхом амортизаційних відрахувань.

У Законі України «Про оподаткування прибутку підприємств» **основні фонди** визначаються як матеріальні цінності, які призначаються для використання у господарській діяльності підприємства протягом періоду, який перевищує 365 календарних днів із дати введення в експлуатацію таких матеріальних цінностей та вартість яких поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом.

Основні фонди поділяються на виробничі та невиробничі. **Основні виробничі фонди** функціонують у сфері матеріального виробництва підприємства. **Основні невиробничі фонди** не беруть безпосередньої участі в процесі виробництва, задовольняючи соціальні потреби працівників підприємства: житловий фонд, будинки відпочинку, медичні заклади, заклади громадського харчування та ін.

У промисловості залежно від сфери функціонування основні виробничі фонди поділяються на промислово-виробничі та непромислово-виробничі.

До промислово-виробничих фондів належать засоби праці підприємства, призначені для виробництва промислової продукції. Непромислово-виробничі фонди — це засоби праці непромислових підприємств (підприємства сільськогосподарського призначення, ремонтно-будівельні дільниці, транспортні цехи та ін.).

За належністю основні виробничі фонди поділяють на власні і залучені. **Власні основні фонди** — це фонди, які знаходяться на балансі підприємства. **Залучені** — взяті в тимчасове користування в іншій організації на умовах оренди або надання послуг.

За ознакою використання основні фонди поділяють на **діючі**, до яких належать засоби праці, що функціонують у процесі виробництва як в основному, так і в підсобному, і **недіючі**, якими вважаються фонди, які перебувають на стадії вибуття у зв'язку з їхнім зносом, на консервації або в запасі.

Для бухгалтерського обігу основні засоби поділяються, відповідно до положення (стандарту) 7 «Основні засоби», на 9 груп:

- земельні ділянки;
- капітальні витрати на поліпшення земель;
- будинки, споруди та передавальні пристрої;
- машини та обладнання;
- інструменти, прилади, інвентар (меблі);
- транспортні засоби;

- робоча і продуктивна худоба;
- багаторічні насадження;
- інші основні фонди.

Згідно з наведеною класифікацією та роллю, яку відіграють основні фонди в процесі виробництва, розрізняють активну і пасивну частини основних фондів.

До активної частини відносять основні фонди, які беруть безпосередню участь у процесі виробництва. Це машини та устаткування, інструменти, приладдя та пристрої для вимірювання тощо. До пасивної частини (будівлі, споруди) належать основні фонди, що забезпечують нормальне функціонування виробничого процесу, створюють умови для нього.

У податковому обліку, згідно з Законом України «Про оподаткування прибутку підприємств», при визначенні амортизації фондів беруть до уваги розподіл фондів на 4 групи:

- будинки, споруди, передавальні пристрої;
- автомобільний транспорт та вузли до нього, меблі, побутові електронні, оптичні, електромеханічні прилади та інструменти, інше офісне обладнання;
- будь-які інші фонди, не включені до груп 1, 2, 4;
- електронно-обчислювальні машини, машини для автоматичного оброблення інформації, їхнє програмне забезпечення, засоби зчитування та друку інформації, стільникові телефони, мікрофони і рації, вартість яких перевищує вартість малоцінних товарів.

Співвідношення різних груп основних фондів у загальній їх вартості становить виробничу структуру основних фондів. Прогресивною є така структура основних фондів, де активна частина основних фондів зростає.

Чинники впливу на виробничу структуру основних фондів:

- виробничі та матеріально-технічні особливості галузі;
- форми суспільної організації виробництва;
- форми відтворення основних фондів;
- технічний рівень виробництва;
- рівень організації будівельних робіт;
- розміщення підприємства.

Для поліпшення виробничої структури основних фондів можливе впровадження таких заходів: оновлення та модернізація устаткування; механізація та автоматизація виробництва; правильна розробка проектів будівництва та високоякісне виконання планів будівництва підприємств; ліквідація обладнання, яке не використовується та встановлення обладнання, що забезпечить правильніші пропорції між його окремими групами.

Галузева структура основних фондів характеризується співвідношенням величини основних фондів різних галузей до їх загальної вартості.

Вікова структура основних фондів — це відношення різних вікових груп основних фондів до їх загальної вартості. Джерелами формування майна

підприємств і відповідно основних фондів можуть бути: грошові і матеріальні внески засновників, прибутки, отримані від реалізації продукції, а також від інших видів господарської діяльності; прибутки від цінних паперів; кредити банків і інших кредиторів; капітальні вкладення і дотації з бюджетів відповідних рівнів; інші джерела, не заборонені законодавством.

Література [1, 4–6].

Питання для самоперевірки:

- 1. Надайте визначення основних фондів.*
- 2. Надайте класифікацію основних фондів?*
- 3. Як визначають структуру виробничих фондів*

Тема 6. Нематеріальні ресурси та активи фірми.

Нематеріальні ресурси — це немонетарні ресурси, які не мають матеріальної форми та контролюються підприємством з метою використання протягом періоду більше одного року (або одного операційного циклу, якщо він перевищує один рік) для виробництва, торгівлі, адміністративних потреб чи надання в оренду іншим юридичним або фізичним особам.

Нематеріальні ресурси — це складова частина потенціалу підприємства, здатна приносити економічну користь протягом відносно тривалого періоду, для якої характерні відсутність матеріальної основи здобування доходів та невизначеність розмірів майбутнього прибутку від її використання.

Розглянемо нематеріальні ресурси підприємства.

1. Об'єкти промислової власності. Промислова власність є поняттям, яке застосовується для визначення виключного права на використання певних нематеріальних ресурсів. Згідно з Паризькою конвенцією з охорони промислової власності, до об'єктів цієї власності належать:

- патенти на винаходи;
- корисні моделі;
- промислові зразки;
- товарні знаки;
- знаки обслуговування;
- фірмові найменування;
- вказівки на походження або найменування місця походження.

Серед об'єктів промислової власності найважливіше місце посідають винаходи.

Винахід — це результат творчої діяльності людини в будь-якій галузі технології. Винаходу надається правова охорона, якщо він є новим, має винахідницький рівень та промислове застосування. Винахід є новим, якщо він не є частиною рівня техніки. Винахід має винахідницький рівень, якщо він для спеціаліста явно не є наслідком рівня техніки. Рівень техніки

визначається за всіма джерелами інформації, що є загальнодоступними в Україні та закордонних державах до дати пріоритету винаходу. Винахід визнається промислово використовуваним, якщо він може бути використаним у промисловості, сільському господарстві, сфері охорони здоров'я та інших галузях народного господарства. Об'єктами винаходу можуть бути пристрої, спосіб, речовина, штам мікроорганізмів, культура клітин рослин та тварин, а також застосування відомого раніш пристрою, способу, речовини, штаму за новим призначенням.

Промисловий зразок — це результат творчої діяльності людини в галузі художнього конструювання. До промислових зразків відносяться форма, малюнок, колір або їх поєднання, що визначають зовнішній вигляд промислового виробу. Патент видається на промисловий зразок, що є новим, оригінальним і має промислове застосування.

Корисна модель — це результат творчої діяльності людини в будь-якій галузі технології. Предметом технічного вирішення в корисних моделях є лише конструкція виробу, його форма.

Товарний знак та знак обслуговування — це позначення для відмінності товарів та послуг, які виробляють або надають одні фізичні чи юридичні особи, від однорідних товарів та послуг, що виробляють або надають інші фізичні та юридичні особи. Товарними знаками можуть бути зареєстровані словесні, образні, об'ємні та інші позначення та їх комбінації.

2. Об'єкти інтелектуальної власності. Інтелектуальна власність — юридичне поняття, яке охоплює авторське право та інші права на продукти інтелектуальної діяльності. До об'єктів інтелектуальної власності, зокрема, належать наукові праці, твори літератури та мистецтва, програмні продукти тощо.

3. Інші нематеріальні ресурси. Під ноу-хау розуміють:

— різного роду технічні знання та досвід, що не мають правової охорони за кордоном, включаючи методи, засоби та навички, що необхідні для проведення проектування, розрахунків, будівництва та виготовлення будь-яких об'єктів та виробів науково-дослідницьких, дослідно-конструкторських, пусконалаго-дживальних та інших робіт;

— розробки та використання технологічних процесів;

— склади та рецептури матеріалів, речовин, сплавів;

— методи та способи лікування, пошуку та видобутку корисних копалин;

— знання та досвід адміністративного, економічного та іншого порядку, такі, що не є загальновідомими та можуть бути практично застосовані у виробничій та господарській діяльності.

Література [1, 6].

Питання для самоперевірки:

1. Що називають нематеріальними ресурсами фірми?

2. Які б'вають об'єкти промислової власності?

3. Надайте визначення об'єктів інтелектуальної власності?

Тема 7. Оборотні кошти фірми.

Оборотні кошти — це сукупність коштів підприємства, що авансуються на створення оборотних фондів та фондів обігу і забезпечення їх неперервного кругообігу. Якщо оборотні фонди виступають у вигляді предметів праці, то фонди обігу — це кошти, вкладені в запаси готової продукції, товари відвантажені та в дорозі, а також кошти на рахунках та в касі підприємства. З огляду на це розрізняють оборотні кошти у сфері виробництва та у сфері обігу, які в сукупності своїй забезпечують неперервність виробництва та реалізації продукції.

Оборотні фонди вступають у виробництво у своїй натуральній формі і в процесі виготовлення продукції повністю споживаються. Після закінчення виробничого циклу, виготовлення продукції та її реалізації авансовані оборотні кошти відшкодовуються в складі виручки від реалізації продукції (робіт, послуг). Це створює можливість систематичного поновлення процесу виробництва, який здійснюється завдяки неперервному кругообігу коштів підприємства.

У своєму кругообігу оборотні кошти проходять послідовно три стадії: грошову, виробничу і товарну.

Грошова стадія кругообігу коштів є підготовчою у сфері обігу, де гроші перетворюються на виробничі запаси.

Виробнича стадія являє собою безпосередній процес виробництва, який закінчується випуском готової продукції.

На товарній стадії кругообігу авансовані оборотні кошти виступають у вигляді товарної продукції. Одна частина виручки від реалізації надходить на відшкодування авансованих оборотних коштів, а інша становить нагромадження, яке використовується підприємством відповідно до його планів.

Грошова форма, якої набувають оборотні кошти на третій стадії свого кругообігу, одночасно стає і початковою стадією обороту коштів.

Кругообіг оборотних коштів відбувається за схемою

$G - BZ \dots NB \dots GP - G$,

де G — кошти, які авансуються підприємством;

BZ — виробничі запаси;

NB — незавершене виробництво, що являє собою виробничу стадію;

GP — готова продукція;

G — кошти, отримані в результаті реалізації продукції, які включають авансовані витрати та прибуток підприємства.

Крапки (...) означають, що обіг коштів перервано, але процес їхнього кругообігу продовжується у сфері виробництва.

Оборотні кошти перебувають одночасно на всіх стадіях кругообігу, що забезпечує його неперервність та безперебійну роботу підприємства.

Співвідношення між зазначеними групами оборотних коштів у загальній їхній вартості характеризує структуру оборотних коштів.

Ця структура тим прогресивніша, чим більша частина оборотних коштів зайнята у сфері виробництва. Перебування цих коштів у сфері обігу — лише необхідна умова безперервності процесу відтворення.

Власні оборотні кошти — це кошти, які постійно перебувають у розпорядженні підприємства і формуються за рахунок власних ресурсів (прибуток тощо). У процесі виробництва потреби у власних оборотних коштах можуть зменшуватись за рахунок застосування так званих прирівняних до них коштів які, по суті, є частиною власних, авансованих на оплату праці але тимчасово вільних (у зв'язку з одноразовістю виплати по заробітній платі, оплаті відпусток). Прирівняні до власних оборотні кошти називають стійкими пасивами.

Позичені оборотні кошти — кредити банків, кредиторська заборгованість та інші пасиви.

Кредиторська заборгованість означає використання коштів, які не належать підприємству (заборгованість по акцептованих та інших розрахункових документах, строк сплати яких не настав; заборгованість за несплаченими у строк рахунками; заборгованість за платежами до бюджету; за виданими векселями; за комерційними кредитами тощо).

Ефективно функціонує те підприємство, яке при мінімальних витратах досягає максимального результату. Мінімізація витрат на підприємстві потребує оптимізації структури джерел формування оборотних коштів, тобто розумне поєднання власних та позичених коштів.

Залежно від способу визначення потреби оборотні кошти поділяються на нормовані та ненормовані. До нормованих входять ті, щодо яких установлюються нормативи запасів: виробничі запаси, незавершене виробництво, витрати майбутніх періодів та запаси готової продукції. Інші оборотні кошти належать до ненормованих.

Література [1, 5].

Питання для самоперевірки:

- 1. Що є оборотними коштами підприємства?*
- 2. Як поділяються оборотні кошти підприємства.*
- 3. Що характеризує структура оборотних коштів?*

Тема 8. Інвестиційні ресурси фірми.

Інвестиційними ресурсами називають всі види майнових та інтелектуальних цінностей (у вартісному відтворенні), які потрібно вкласти в об'єкти підприємницької та іншої діяльності.

В результаті їх використання мають утворюватися доходні, прибуткові потоки, досягатися намічені ефекти.

Інвестиції — тимчасове відмовлення економічного суб'єкта від споживання наявних у його розпорядженні ресурсів (капіталу) і

використання цих ресурсів для збільшення в майбутньому свого добробуту. Сам же процес вкладення ресурсів називається *інвестуванням*.

Відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку №2, затвердженого Наказом Міністерства фінансів України від 31 березня 1999 р. №87 та зареєстровано в Міністерстві юстиції України від 21 червня 1999 р. №398/3691, зі змінами і доповненнями, під *фінансовими інвестиціями* слід розуміти активи, які утримуються підприємством з метою збільшення прибутку (відсотків, дивідендів тощо), зростання вартості капіталу або інших вигод для інвестора. Вони необхідні для придбання цінних паперів, які випускають підприємства або держава. Детальний опис обліку, оцінки та здійснення фінансових інвестицій регламентує Положення (стандарт) бухгалтерського обліку №12 «Фінансові інвестиції», затверджений Наказом Міністерства фінансів України від 26 квітня 2000 р. №91 і зареєстрований в Міністерстві юстиції України 17 травня 2000 р. №284/4505, зі змінами та доповненнями.

Під *реальними інвестиціями* слід розуміти вкладення капіталу у виробництво для оновлення існуючих і створення нових виробничих потужностей. Такі інвестиції в практиці вітчизняного товаровиробництва називають *капіталовкладеннями*.

Більш детально зупинимося на *реальних (виробничих) інвестиціях*, оскільки саме вони розкривають інвестиційні потреби підприємства. До них слід віднести:

- безпосередні інвестиції;
- супутні інвестиції;
- інвестиції в науково-дослідні роботи.

Безпосередні інвестиції – інвестиції в основні виробничі засоби (матеріальні і нематеріальні активи) та обігові засоби.

Інвестиції в основний капітал передбачають:

- придбання (виготовлення) нового обладнання та устаткування, в тому числі витрати на його доставку, монтаж і налагодження;
- модернізацію існуючого обладнання;
- будівництво й реконструкцію будівель і споруд;
- технічне переозброєння щодо придбання нових технологічних пристроїв, які забезпечують роботу обладнання;
- нове технологічне оснащення діючого обладнання.

Інвестиції в оборотні засоби передбачають забезпечення:

- нових і додаткових запасів основних і допоміжних матеріалів;
- нових і додаткових запасів готової продукції;
- збільшення рахунків дебіторів (боржників).

Інвестиції в нематеріальні активи передбачають придбання нової технології (патенту чи ліцензії) чи торговельної марки (бренду).

Супутні інвестиції – вкладення капіталу в об'єкти, територіально і функціонально пов'язані з цільовим виробничим об'єктом (мережі

електропередач, каналізації, вкладення в охорону навколишнього середовища, соціальну інфраструктуру тощо).

Інвестиції в науково-дослідні роботи забезпечують і супроводжують інвестиційний проект, тобто це матеріальні кошти, необхідні для проведення передпроектних досліджень, а також оборотні засоби для забезпечення поточної діяльності науково-дослідної організації, яка працює за замовленням підприємства.

Прямими іноземними інвестиціями називають закордонні вкладення капіталу, що за величиною становлять не менше 10% вартості певного інвестиційного проекту.

Портфельні інвестиції – закордонні інвестиції, менші 10% вартості здійснюваного за їх допомогою капітального проекту.

Принципово всі джерела фінансових ресурсів підприємства можна представити у вигляді такого переліку:

- власні фінансові ресурси і внутрішньогосподарські резерви;
- запозичені фінансові кошти;
- залучені фінансові кошти, отримані від продажу акцій, паїв трудового колективу;
- грошові кошти, централізовані об'єднаннями підприємств;
- засоби позабюджетних фондів;
- кошти державного бюджету;
- кошти іноземних інвесторів.

Всі залучені для здійснення інвестиційного проекту кошти мають вартість. Це пояснює той факт, що за використання всіх фінансових ресурсів незалежно від джерела їх отримання необхідно платити.

Література [5, 6].

Питання для самоперевірки:

1. *Що називають інвестиційними ресурсами фірми?*
2. *Які особливості реальних інвестицій?*
3. *Як характеризується безпосередні інвестиції?*
4. *Що є джерелами фінансових ресурсів фірми?*

Тема 9 Виробництво, якість і конкурентоспроможність продукції фірми.

Якість продукції — це сукупність властивостей продукції, які зумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення.

Якість визначається мірою співвідношення товарів, робіт, послуг до умов та вимог стандартів, договорів, контрактів, запитів споживачів. Прийнято розрізняти якість продукції, роботи, праці, матеріалів, товарів, послуг.

Поняття «якість» в економічній літературі визначається як ступінь відповідності виробу встановленим стандартам і технічним умовам, що дозволяють задовольнити конкретну потребу у витратах, тобто якість відображає здатність виробу виконувати задану функцію. Якість як економічна категорія — це суспільна оцінка, що характеризує ступінь задоволення потреб у конкретних умовах споживання тієї сукупності властивостей, що явно виражені або потенційно закладені в товар. Якість товару забезпечується на всіх етапах його створення: вивчення вимог споживача, проектування, виробництва, експлуатації. Якість продукції не обмежується тільки однією властивістю, це сукупність властивостей. Властивості продукції кількісно виражаються показниками якості.

Загально визнана класифікацію десяти груп властивостей і відповідно показників наведено далі.

Показники призначення характеризують корисний ефект від використання продукції за призначенням і обумовлюють сферу її використання.

Показники надійності — безвідмовність, збереження, ремонтпридатність, а також довговічність виробу. Для деяких виробів, які пов'язані з безпекою людини, безвідмовність може бути основним, а інколи і єдиним показником надійності. Збереження відіграє важливу роль для харчової промисловості. Ремонтпридатність визначає такі показники: середня вартість технічного обслуговування, імовірність виконання ремонту у визначений час. Довговічність визначається розміром витрат на підтримання виробу в працездатному стані.

Показники технологічності характеризують ефективність конструкторсько-технологічних рішень щодо забезпечення високої продуктивності праці при виготовленні та ремонті продукції.

Показники стандартизації та уніфікації — це насиченість продукції стандартними, уніфікованими та оригінальними складовими частинами, а також рівень уніфікації порівняно з іншими виробами. Усі деталі виробу поділяються на стандартні, уніфіковані та оригінальні. Чим менше оригінальних деталей, тим краще як для виробника продукції, так і для споживача.

Ергономічні показники відображають взаємодію людини з виробом і комплекс гігієнічних, антропометричних, фізіологічних і психологічних властивостей людини, які проявляються при користуванні виробом. Це можуть бути зусилля, які потрібні для керування трактором, місцезнаходження ручок у холодильника, кондиціонера в кабіні баштового крана або місцезнаходження керма у велосипеда, освітлення, температура, вологість і т. п.

Естетичні показники характеризують інформаційну виразність, раціональність форми, цілісність композиції, довершеність виконання і стабільність товарного вигляду виробу.

Показники транспортабельності виражають пристосованість продукції до транспортування.

Патентно-правові показники характеризують патентний захист і патентну чистоту продукції і є істотним фактором щодо визначення конкурентоспроможності.

Екологічні показники — це рівень шкідливих взаємодій з навколишнім середовищем, які виникають при експлуатації чи споживанні продукції, наприклад, вміст шкідливих домішок, імовірність викидів шкідливих часток, газів, випромінювання при зберіганні, транспортуванні та експлуатації продукції.

Показники безпеки характеризують особливості продукції для безпеки покупця і обслуговуючого персоналу, тобто забезпечення безпеки при монтажу, обслуговуванні, ремонті, зберіганні, транспортуванні, споживанні продукції.

Сукупність перерахованих показників формує якість продукції. Товар повинен бути надійним, естетичним, добре виконувати свої функції, тобто задовольняти ті потреби, для яких він призначений. Але, крім усіх цих показників, велике значення має і ціна виробу. Саме з ціною пов'язане питання економічно-оптимальної якості, або економічно-раціональної якості. Покупець, придбавши вироби, завжди співвідносить ціну виробу з набором властивостей, якими він володіє. Крім ціни, важливими є і експлуатаційні характеристики виробу, тому що вони впливають на витрати при експлуатації та ремонті, але, якщо товар характеризується тривалим строком служби, ці витрати цілком порівнянні з ціною виробу, а в деяких випадках і істотно перебільшують ціну продажу виробу.

У ринковій економіці вирішальним чинником комерційного успіху товару є конкурентоспроможність. Це багатоаспектне поняття, що означає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не тільки за своїми якісними, технічними, економічними, естетичними характеристиками, а й за комерційними і іншими умовами його реалізації (ціна, терміни поставки, канали збуту, сервіс, реклама). Більше того, важливою складовою частиною конкурентоспроможності товару є рівень витрат споживача за період його експлуатації.

Конкурентоспроможність продукції — сукупність якісних та вартісних характеристик товару, яка забезпечує задоволення конкретної потреби покупця.

Конкурентоспроможним є той товар, комплекс споживчих і вартісних характеристик якого визначає його успіх на ринку, тобто здатність даного товару бути обмінним на гроші в умовах широкої пропозиції до обміну інших конкуруючих товарів-аналогів.

Фактори конкурентоспроможності товару містять у собі як істотні внутрішні причини, її визначальні, так і джерела (сили), що впливають на конкурентоспроможність товару.

Всі фактори, що впливають на конкурентоспроможність, можна розподілити на дві великі групи: зовнішні та внутрішні.

Зовнішні фактори — це ті, на які підприємство впливати не може і в своїй політиці повинно сприймати їх як дещо незмінне. До них відносяться:

1. Діяльність державних владних структур (фіскальна та кредитно-грошова політика, законодавство). Наприклад, залежно від характеру податкової політики (розміри податкових ставок) підприємство отримуватиме високий прибуток чи, навпаки, зовсім його не отримуватиме.

2. Господарська кон'юнктура. Вона включає кон'юнктуру ринків сировинних та матеріальних ресурсів, ринків трудових ресурсів, ринків засобів виробництва, ринків фінансових ресурсів.

3. Розвиток родинних та підтримуючих галузей. Йдеться про розвиток нових технологій (ресурсозберігаючих, технологій глибокої переробки), нових матеріалів та джерел енергії. Впровадження їх у виробництво підвищує науковий та виробничий потенціал підприємства.

4. Параметри попиту. Вони включають зростання попиту на товари, що виробляються підприємством, його стабільність і дають можливість підприємству отримувати високий прибуток, а також закріпити своє положення на ринку.

Нестабільний попит, зміна вимог покупця до якості продукції підприємства, зниження покупної можливості населення не створюють умов для забезпечення певної конкурентоспроможності підприємства.

До внутрішніх факторів належать:

1. Діяльність керівництва та апарату управління підприємства (організаційна та виробнича структури управління, професійний та кваліфікований рівень керуючих кадрів і т. д.).

2. Система технологічного оснащення. Оновлення устаткування та технологій, тобто заміна їх на більш прогресивні, забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємства, підсилює внутрішню гнучкість виробництва.

3. Сировина, матеріали і напівфабрикати. Якість сировини, комплектність її перероблення та величина відходів серйозно впливають на конкурентоспроможність підприємства. Зменшення виходу готової продукції з сировини (це особливо характерно для харчової промисловості), некомплексне її перероблення призводять до збільшення витрат виробництва, а значить, до зменшення прибутку, через що не можна розширити виробництво. Внаслідок цього знижується конкурентоспроможність. І навпаки, покращення використання сировини, її комплексна переробка знижують витрати виробництва, а значить, підвищують конкурентоспроможність.

4. Збут продукції: його об'єм та витрати реалізації. Цей фактор суттєво впливає на підвищення конкурентоспроможності підприємства: можна досягти непоганих результатів у виробництві, випускаючи продукцію вищої якості і відносно невисокої собівартості, але все буде зведене нанівець через

непродуману збутову політику. Тому підприємство намагається здійснити ефективний збут за рахунок продажі продукції, необхідної ринку, стимулювання збільшення об'ємів продаж, завойовуючи нові ринки збуту. Все це робиться, з одного боку, на основі формування «свого» покупця, проведення ефективної ціпової політики і т. п., а з іншого — шляхом ефективного забезпечення сировиною, необхідними матеріалами та устаткуванням за доступними цінами.

Література [5, 6].

Питання для самоперевірки:

1. *Надайте визначення якості?*
2. *Які існують показники якості?*
3. *Як характеризується конкурентоспроможність?*
4. *Що є внутрішніми факторами конкурентоспроможності?*
5. *Що є зовнішніми факторами конкурентоспроможності?*

Тема 10. Продуктивність, мотивація та оплата праці персоналу фірми.

Продуктивність праці як економічна категорія представляє собою результативність (ефективність) праці, тобто здатність людей виготовляти певну кількість матеріальних благ за одиницю часу.

Залежно від масштабності виконуваних трудових процесів розрізняють наступні *види продуктивності праці*:

- глобальну;
- локальну;
- індивідуальну.

Глобальною продуктивністю праці (ПТГ) називається узагальнений показник народногосподарської ефективності праці по країні в цілому, який розраховується шляхом віднесення основних макроекономічних показників (валовий національний продукт (ВНП), валовий внутрішній продукт (ВВП), національний дохід (НД)) до чисельності зайнятих в суспільно-господарському виробництві (чЗ).

Індивідуальною продуктивністю праці (ПТІ) називається результативність праці на конкретному робочому місці, в конкретному цеху тощо. На конкретному робочому місці його ототожнюють з *нормою виробітку* по конкретному виду продукції, яка розраховується як кількість продукції в натуральному вираженні (Q), виготовленої за одиницю робочого часу (TP) Показник продуктивності праці займає центральне місце під час створення плану з інтенсифікації та підвищення ефективності трудової діяльності. *Завдання щодо підвищення продуктивності праці* орієнтує підприємство на випуск продукції з найменшими трудовими витратами, стимулює зростання виробництва і одночасне зменшення собівартості продукції. Мобілізуюча, дійова сила цього завдання є більшою, коли на діяльність підприємства найменш впливають зміни зовнішнього середовища

і воно повністю відображує дійсний трудовий внесок промислово-виробничого персоналу. Тому важливо застосувати такий показник, який може надати вірне представлення про реальний рівень і темп зростання продуктивності праці. В зв'язку з цим застосовують різні методи вимірювання продуктивності праці. Залежно від того, як і в яких показниках (натуральних чи вартісних) визначається обсяг виготовленої підприємством продукції та витрати праці, розрізняють *три основних методи вимірювання і обчислення продуктивності праці*:

1. Натуральний.
2. Вартісний.
3. Трудовий.

При **натуральному методі розрахунку продуктивності праці** обсяг виготовленої підприємством продукції обчислюють в натуральних вимірниках (в одиницях ваги, об'єму, кількості, довжини). А сам показник має два прояви: часовий і персоніфікований. *Часовий прояв* продуктивності праці (*ПТНАТІ*) відтворює кількість виготовленої підприємством продукції (робіт, послуг) в натуральному вимірі (Q) за одиницю часу, витраченого на її виробництво (*ТЕФ*)

Переваги методу:

- зрозумілий і наочний розрахунок продуктивності праці;
- можливість визначення продуктивності за кількістю виготовленої продукції;
- можливість порівняння ефективності праці на стаціонарних робочих місцях.

Недоліки методу:

- не враховується якість продукції;
- неможливо порівняти продуктивність праці, якщо в цеху (на підприємстві) виробляється неоднорідна продукція.

Для усунення останнього недоліку застосовують **умовно-натуральний метод**, в основі якого лежить визначення продуктивності праці (*ПТУМ-НАТ*) з урахуванням коефіцієнтів якості (перевідних коефіцієнтів) (ki).

Сфера застосування методу: в одноменклатурних виробництвах, коли підприємство (цех) виготовляє однорідну чи порівнювану продукцію.

В цехах (на підприємствах), де виробляється декілька (багато) видів продукції, яку неможливо порівняти за допомогою коефіцієнтів якості (перевідних коефіцієнтів), застосовують вартісний метод обчислення продуктивності праці.

При **вартісному методі розрахунку продуктивності праці** обсяг виготовленої підприємством продукції обчислюють у вартісних вимірниках. Показник має також два прояви: часовий і персоніфікований. *Часовий прояв* продуктивності праці (*ПТВАРТІ*) відтворює обсяг виготовленої підприємством продукції (здійснених робіт, наданих послуг) у вартісному вимірі у вигляді валової (*ВП*) чи товарної (*ТП*) продукції за одиницю часу, витраченого на її виробництво (*ТЕФ*)

Переваги методу:

- можливість застосування за умов багатомініклатурного виробництва з широким асортиментом виготовленої продукції;
- можливість визначення і характеристики динаміки і рівня продуктивності за асортиментом виготовленої продукції по підприємству і в цілому по галузі промисловості з обчисленням темпів зростання за будь-які проміжки часу.

Недоліки методу:

- за умови зміни асортименту вироблюваної продукції, а також в умовах спеціалізації і кооперування підприємств спотворюється дійсний показник продуктивності праці;
- запропонований показник продуктивності праці залежить від встановлених на продукцію цін, тобто якщо в плановому періоді в порівнянні зі звітним зростає частка продукції, на яку встановлено високі ціни, обсяг валової (товарної) продукції, а відтак і виробіток на одного працівника теж зростають, навіть коли обсяги продукції в натуральному відтворенні та її трудомісткість залишились незмінними;
- залежність від змін виробничої структури підприємства (з однієї сторони, розгалуженість виробництва може призвести до ненавмисних втрат при обчисленні загальної валової продукції в цілому по підприємству, з іншої – організація власного виробництва напівфабрикатів всупереч отриманню їх ззовні чи внаслідок об'єднання підприємств збільшує показник валової (товарної) продукції, тим самим збільшуючи показник продуктивності праці);
- орієнтація показника продуктивності праці на матеріаломісткість здебільшого на вартість минулої, уречевленої праці (сировини, матеріалів, палива, амортизації) порівняно з вартістю живої праці, що призводить до невідповідності встановлених на продукцію цін її трудомісткості на кожному окремо взятому підприємстві, а відтак спотворюється показник валової (товарної) продукції, і, як наслідок, – показник продуктивності праці.

Для усунення останнього недоліку часто застосовують методи обчислення продуктивності праці за **умовно-чистою** чи **чистою продукцією**.

Чистою продукцією (ЧП) називається обсяг виготовленої підприємством продукції у вартісному відтворенні з урахуванням тільки живої праці, іншими словами це наново створена вартість на підприємстві. Вона розраховується як різниця між валовою продукцією (ВП) та вартістю минулої, уречевленої праці, тобто прямими матеріальними витратами (ВМ) на сировину, матеріали, паливо, енергію тощо і амортизацією основних фондів та нематеріальних активів, що беруть участь у виробництві продукції (АР), отже, включає суму оплати живої праці (ЗП) з обов'язковими відрахуваннями (ВЗП) та заплановану до отримання частину прибутку (АП).

Мотивація праці — це одна з найважливіших функцій менеджменту, що являє собою стимул групи працівників, до діяльності щодо досягнення цілей підприємства через задоволення їх власних потреб. Головні важелі

мотивації — стимули і мотиви. Під стимулом розуміється матеріальна винагорода певної форми, наприклад заробітна плата. На відміну від стимулу, мотив є внутрішньою спонукальною силою: бажання, потяг, орієнтація, внутрішні цільові установи та ін.

Отже, **мотивація** — це процес спонукання себе та інших до діяльності для досягнення особистих цілей або цілей організації. Мотивація потрібна для ефективного виконання робіт і реалізації управлінських рішень. Поза мотивацією ніяка цілеспрямована діяльність неможлива.

Мотивація використовується в керуванні людьми протягом тисячоліть і традиційно визначено три її види: економічна, владна і соціальна. У середні віки найчастіше використовували владну мотивацію, жорстко спонукаючи працівників до виконання дій, а також різні види матеріальної (економічної) винагороди — натуральні виплати, заробітну плату та ін. Таке поєднання владної і економічної мотивації дістало назву політики «батога і пряника». Однак слід зазначити, що тоді мотивація здійснювалася несвідомо, люди ще не знали природи мотивації, механізмів спонукання до діяльності.

Відповідно до Закону України «Про оплату праці» сутність заробітної плати визначається як «винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу».

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

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

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

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

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

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

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

Крім державного регулювання заробітної плати, існує договірне її регулювання.

У механізмі регулювання заробітної плати вихідною базою є встановлення її мінімального розміру. Рекомендація Міжнародної організації

раці проголошує, що основною метою встановлення мінімальної заробітної плати повинно бути надання особам, які працюють за наймом, необхідного соціального захисту щодо мінімально допустимих рівнів заробітної плати. Згідно із Законом України «Про оплату праці», **мінімальна заробітна плата** — це законодавчо встановлений розмір заробітної плати за просту, некваліфіковану працю, нижче від якого не може провадитися оплата за виконану працівником місячну, годинну норму праці (обсяг робіт). До мінімальної заробітної плати не включаються доплати, надбавки, заохочувальні та компенсаційні виплати.

Мінімальна заробітна плата є державною соціальною гарантією, обов'язковою на всій території України для підприємств усіх форм власності та господарювання.

Розмір мінімальної заробітної плати визначається з урахуванням:

— вартісної величини мінімального споживчого бюджету з поступовим зближенням рівнів цих показників у міру стабілізації та розвитку економіки країни;

— загального рівня середньої заробітної плати;

— продуктивності праці, рівня зайнятості та інших економічних умов.

Мінімальна заробітна плата повинна встановлюватися в розмірі не нижчому за вартісну величину межі малозабезпеченості в розрахунку на працездатну особу.

Розмір мінімальної заробітної плати встановлюється Верховною Радою України за поданням Кабінету Міністрів України, як правило, один раз на рік під час затвердження Державного бюджету України.

Як соціально-економічна категорія, заробітна плата служить основним засобом задоволення особистих потреб працюючих, економічним важелем, що стимулює розвиток суспільного виробництва, зростання продуктивності праці, скорочення витрат на виробництво, є засобом перерозподілу кадрів за галузями народного господарства.

Основними видами заробітної плати є номінальна, і реальна заробітна плата. Перша з них означає суму грошей, яку отримують працівники за свою працю. Друга — засвідчує кількість товарів і послуг, які працівник може придбати за зароблену суму грошей.

Література [5, 6].

Питання для самоперевірки:

- 1. Як визначається продуктивність праці?*
- 2. Які є методи визначення продуктивності праці?*
- 3. Як характеризується сутність заробітної платні?*
- 4. Як визначається розмір заробітної платні?*

Тема 11. Валові витрати і ціни на продукцію (послуги) фірми.

Термін «витрати» може застосовуватися в різних значеннях. Залежно від контексту під витратами розуміють видатки, затрати, витрати, виплати.

Отже, видатки є грошовим виміром ресурсів підприємства, що використовуються з будь-якою метою. Затрати періоду дорівнюють вартості всіх ресурсів, придбаних підприємством в цьому періоді. Витрати періоду зумовлені вибуттям ресурсів і зменшують нерозподілений прибуток підприємства цього періоду. Виплати ж пов'язані з оплатою ресурсів підприємства, — коштами.

Для виробництва конкурентоспроможної продукції підприємство вкладає кошти у фактори виробництва. При придбанні підприємством устаткування, інструменту, матеріалів і т. п. кошти на покупки становлять витрати або платежі підприємства. Виплата грошей з каси або банківського рахунку в цьому випадку має назву платежу.

Коли говорять про використання факторів виробництва, йдеться про витрати виробництва.

Витрати підприємства — це грошовий вираз використання факторів виробництва для виробництва та реалізації продукції.

У ринковій економіці розрізняють явні (бухгалтерські), альтернативні і безповоротні витрати. Грошові витрати на оплату праці, придбання сировини і матеріалів, амортизацію основних фондів та інші витрати, необхідні для здійснення виробництва і реалізації продукції, є явними витратами підприємства. Оскільки вони розраховуються на основі фінансових звітів, їх називають ще бухгалтерськими. Сукупність усіх явних витрат утворює собівартість продукції, а різниця між ціною реалізації і собівартістю — прибуток.

Витрати на використання якогось фактора виробництва, визначені з погляду якнайкращого їх альтернативного використання, називаються альтернативними витратами.

Поняття альтернативних витрат застосовується тільки тоді, коли є альтернативні варіанти. Ці витрати не завжди явно виражені, але їх доцільно враховувати при ухваленні економічних рішень.

Інша справа з безповоротними витратами, тобто раніше утвореними і невідшкодованими. Вони ніяк не можуть вплинути на економічне рішення керівництва підприємства.

Витрати підприємства можуть виникати внаслідок упровадження звичайної, тобто операційної, фінансової й інвестиційної діяльності підприємства та надзвичайних подій. Варто звернути увагу на визначення перелічених вище різновидів діяльності підприємства. Отже, операційна діяльність — це основна діяльність підприємства, а також інші види діяльності, що не належать до фінансової чи інвестиційної діяльності. Основною визнається діяльність, пов'язана з виробництвом і реалізацією продукції; вона класифікується за галузями та видами економічної діяльності.

Література [5, 6].

Питання для самоперевірки:

1. Що є суття тими підприємства?
2. Які розрізняють види витрат підприємства?
3. Як характеризується альтернативні витрати підприємства?
4. Що є безповоротними витратами?

Тема 12. Фінансово-економічні результати та ефективність діяльності фірми

Суть фінансової діяльності підприємства полягає у виникненні грошових відносин, пов'язаних з безперервним кругообігом коштів у формах витрачання ресурсів, одержання доходів, їх використання, а також із приводу відносин з постачальниками, покупцями продукції, працівниками підприємства, державними органами та ін.

Основні завдання фінансової діяльності підприємства:

- а) вибір форм фінансування та їх оптимальне співвідношення;
- б) вибір структури капіталу підприємства, напрямків його використання; збалансування надходжень і видатків платіжних засобів підприємства в часі;
- в) забезпечення своєчасності розрахунків; підтримання необхідної ліквідності.

Фінансування поділяється на внутрішнє і зовнішнє залежно від джерел коштів.

Важливими формами фінансування підприємств є кредит (грошовий і майновий), випуск цінних паперів (акцій і облігацій). Спеціальними формами довгострокового кредитування є оренда і лізинг (оперативний і фінансовий).

Фінансова діяльність підприємства може бути організована такими методами:

- комерційний розрахунок;
- неприбуткова діяльність;
- кошторисне фінансування.

Відмінність між окремими методами полягає в схемі організації фінансової діяльності, тобто у встановленні взаємозалежності між фінансовими результатами і джерелами їх формування (див. тему «Фінансово-кредитні і нематеріальні ресурси підприємства»).

Основним методом фінансової діяльності вступає **комерційний розрахунок**, який ґрунтується на таких принципах:

- повна господарська та юридична відокремленість (впливає з вимоги чіткої визначеності щодо прав власності на фінансові ресурси, встановлення оптимальних напрямів їх розміщення та відповідальності за використання залучених ресурсів);
- самоокупність (означає повне покриття витрат за рахунок отримання доходів);

— прибутковість (отримані доходи мають не тільки покрити витрати, а й сформувати прибуток);

— самофінансування (передбачає покриття витрат на розвиток виробництва за рахунок отриманого прибутку та залучених кредитів, які також погашаються за рахунок прибутку);

— фінансова відповідальність (підприємство несе повну відповідальність за фінансові результати своєї діяльності).

Комерційний розрахунок є раціональним і високоефективним методом фінансової діяльності, він націлює підприємство на пошук достатніх і дешевих фінансових ресурсів, раціональне їх розміщення, мінімізацію витрат і максимізацію доходів та прибутку. Комерційний розрахунок притаманний ринковій економіці. Саме він, а не ринкові відносини самі по собі, сприяє високоефективному господарюванню.

Ефективність виробництва — являє собою комплексне відбиття кінцевих результатів використання засобів виробництва і робочої сили за певний проміжок часу (у зарубіжних країнах з розвинутою 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.

Результат виробництва як найважливіший компонент для визначення його ефективності не слід тлумачити однозначно. Йдеться про корисний кінцевий результат.

Можна розрізняти:

а) кінцевий результат процесу виробництва;

б) кінцевий народногосподарський результат роботи підприємства (об'єднання підприємства).

Перший відбиває матеріалізований результат процесу виробництва, який вимірюється обсягом продукції в натуральній і вартісній формах, другий включає не лише кількість виготовленої продукції, а й охоплює її споживну вартість. Кінцевим результатом процесу виробництва, виробничо-господарської діяльності підприємства за той чи інший проміжок часу є чиста продукція, тобто новостворена вартість, а фінансовим результатом комерційної діяльності — прибуток.

Ефективність виробництва (продуктивність системи) має поліморфність визначення і застосування для аналітичних оцінок і управлінських рішень. З огляду на це важливим є вирішення за окремими ознаками відповідних видів ефективності (продуктивності), кожний з яких має певне практичне значення.

Література [5, 6].

Питання для самоперевірки:

1. Які основні завдання фінансової діяльності фірми?

2. Які є напрями фінансової діяльності?

3. Як визначається фінансова діяльність підприємства?

4. Що є основними тенденціями сучасного етапу розвитку туризму в Україні?

Тема 13. Сутність підприємницької діяльності в туризмі.

Економіка туризму охоплює сукупність таких складових: туристичний продукт і сервіс, об'єкти туристичних відвідувань і суб'єкти підприємництва, які надають послуги споживачам, що тимчасово залишають місце постійного проживання і подорожують у певні туристичні дестинації. Вона є складовою економічного комплексу країни і конституюється підприємницькою діяльністю самостійних туристичних підприємств.

Розвиток туристичного бізнесу потребує стратегічного підходу до його управління. Поняття «стратегія», уживане в економічному, а не військовому значенні, являє собою логічно побудовану програму перспективних заходів, спираючись на які, туристичний бізнес зможе досягти поставленої мети.

Десята Гаазька декларація з туризму проголосила: «Туризм повинен плануватися державною владою, а також владою туристичної індустрії на комплексній і послідовній основі з урахуванням усіх аспектів цього феномена».

В умовах ринку успіху домагаються лише ті підприємці, які здатні розробляти і виконувати на відповідному організаційному рівні довгострокові стратегії. Зараз, коли на ринку України виживають лише професіонали високого класу, розробка і реалізація стратегії стає визначальною умовою ефективної діяльності підприємницьких структур туристичного бізнесу.

Під стратегією суб'єктів туристичної діяльності слід розуміти комплексну програму заходів, спрямованих на здійснення місії (генеральної мети) підприємства і досягнення його множинних цілей.

До об'єктів стратегії економічного управління в туризмі відносяться два базових елементи: переміщення туристів до пункту призначення та зупинка в цьому пункті, яка потребує задоволення потреб у розміщенні, харчуванні та ін. Тому об'єктами економічної стратегії туристичних підприємств є:

- ◆ окремі туристичні послуги або комплекс туристичних послуг, що утворюють туристичний продукт;
- ◆ ресурси, що забезпечують туристичну діяльність;
- ◆ максимізація прибутку і мінімізація витрат;
- ◆ ефект мультиплікатора, управління яким має особливе значення в економіці туристичного бізнесу, оскільки доход, отриманий від туризму, впливає на розвиток інших сфер діяльності (виробничої і невиробничої);
- ◆ поведінка на ринку і конкурентна боротьба;
- ◆ технологія туристичної діяльності;

◆ інвестиційна та інноваційна діяльність тощо.

Стратегія відрізняється від конкретних планів і програм підприємства практичною спрямованістю на виконання місії підприємства та орієнтацією на використання його переваг.

Процес розробки стратегій дуже трудомісткий. Стратегія діяльності туристичного підприємства орієнтує його на успіх; допомагає підприємцеві зрозуміти суть турбізнесу, визначити своїх конкурентів, постачальників і покупців; привчає до чіткого рішення поставлених завдань; значно підвищує шанси не тільки вижити, а й ефективно працювати в умовах невизначеності зовнішнього середовища.

Центром розробки стратегії діяльності підприємств є визначення мети та ранжування цілей. Під метою розуміється досягнення високого рівня якісних і кількісних показників, до яких повинне прагнути підприємство. Якби не було формулювання стратегічної мети, в ньому завжди міститься бажаний обсяг прибутку, одержання якого забезпечується доходом.

Розробка загальної економічної стратегії діяльності будь-якої підприємницької структури вимагає вивчення й оцінки її базової економічної стратегії.

Література [5, 6].

Питання для самоперевірки:

- 1. Що є складовими економіки туризму?*
- 2. Які є об'єкти економічної стратегії туристичних підприємств?*
- 3. Що є особливостями стратегії туристичного бізнесу?*

Тема 14. Формування доходу туристичного підприємства

Економіка туристичного підприємства визначається структурою доходів і витрат. Успішне функціонування туристичного підприємства, як і підприємства будь-якої сфери діяльності, можливе тільки за умов постійного забезпечення руху грошових коштів.

Надходження грошей - це доход, а їх використання - це витрати. До того ж дуже важливо, щоб доходи перевищували витрати і забезпечували отримання прибутку. Зіставлення доходів з витратами дає можливість визначити суму перевищення грошових надходжень над витратами і зробити висновок про ефективність функціонування підприємства.

Туристична діяльність, як будь-яка інша, неможлива без одержання доходу, а суб'єкти туристичного підприємництва (туроператори, турагенти та ін.) не можуть функціонувати без позитивних результатів від своєї діяльності, тобто без одержання прибутку, який без доходу теж неможливий.

Доход туристичних підприємств формується переважно за рахунок виручки від реалізації туристичного продукту та окремих послуг організованим і неорганізованим поодиноким туристам або туристичним

групам. Реалізується туристичний продукт за договором на обслуговування або ексклюзивно за бажанням туриста без договору.

Незалежно від форми розрахунків (передплата чи післясплата), сума отриманої оплати за турпродукт чи окремі послуги утворює валовий дохід туристичного підприємства.

Головним, а часто єдиним джерелом одержання доходів від туристичної діяльності, є виручка від реалізації туристичних послуг.

Використовуючи обґрунтовану цінову і продуктову політику, туристичний оператор може підвищити доходи за рахунок збільшення кількості обслужених туристів, тривалості їхнього подорожування та підвищення якості послуг.

Доход туроператора формується переважно за рахунок оплати турпродукту турагентом, дилером або безпосередньо туристом. Доход же турагента формується за рахунок комісійної винагороди за просування і продаж турпродукту, отриманого від туроператора або інших підприємств сфери туризму. Відмінності в джерелах формування доходу цих підприємств викликані відмінностями в їхній діяльності. Якщо туроператор для комплектування турпакета закуповує туристичні ресурси і послуги, то турагент або інший посередник бере готовий турпродукт для реалізації, за що одержує дохід у формі агентської (комісійної) винагороди за продаж.

Для турагентів привабливішими є не фіксовані ставки агентської винагороди, а відсоткові ставки за накопичувальною системою, суть якої полягає в тому, що після продажу 10 одиниць турпродукту збільшується відсоток агентської винагороди. Таке збільшення агентської винагороди для туроператора рівноцінне широко використовуваній гнучкій системі знижок з цін для постійних покупців або дисконтних карт при реалізації турпродукту самим туроператором.

Першим і основним джерелом отримання валового доходу в туристичному бізнесі є дохід від реалізації туристичного продукту і/або окремих послуг. Це джерело доходу виступає у формі виручки, вираженої в цінах реалізації з урахуванням ПДВ. Виручка (дохід) від реалізації турпродукту (послуг) відображається в рядку 010 форми № 2 «Звіт про фінансові результати». Інші джерела отримання доходу туристичними підприємствами відіграють допоміжну роль, але це не означає, що їх можна ігнорувати.

Усі джерела формування доходу підприємницької структури будь-якої сфери діяльності зводяться в дві групи: дохід від звичайної діяльності і дохід від надзвичайних подій. В операційній діяльності виділяється основна та інша операційна діяльність.

Для туристичного оператора основною діяльністю є комплектування, просування на ринок і реалізація турпродукту, в результаті чого формується основна частина доходу.

Основним видом витрат туроператора є витрати на закупівлю туристичних послуг, пов'язаних з обслуговуванням туристів, оплата праці

своїх працівників, витрати на сплату податків і зборів. Для турагентів основним джерелом доходу від операційної діяльності є агентська винагорода. Інша операційна діяльність відіграє незначну роль у формуванні доходів обох видів туристичних підприємств.

Фінансова діяльність на більшості туристичних підприємств відсутня.

До надзвичайних відносяться події (операції), що відрізняються від звичайних своєю винятковістю і неповторюваністю - це стихійні лиха, техногенні катастрофи та аварії.

Доход у будь-якій формі - це результат фінансово-господарської діяльності, який виступає джерелом покриття внутрішніх і зовнішніх зобов'язань підприємств.

Література [5, 6].

Питання для самоперевірки:

- 1. Яким чином формується дохід туроператора?*
- 2. Які особливості формування доходу турагента?*
- 3. Як розрізняються джерела отримання доходу?*
- 4. Яке визначення доходу туристичної фірми?*

Тема 15. Структура витрат туристичного підприємства.

Сукупність витрат на формування та реалізацію турпродукту, що виражається в грошовій формі, являє собою його собівартість. Собівартість охоплює тільки поточні витрати підприємства. Ще відрізняє її від капітальних вкладень, спрямованих на формування основних фондів.

Конкретний склад і структура витрат туроператорів і турагентів, аналогічно іншим суб'єктам підприємницької діяльності, регулюються законодавчими актами та положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку. До основних положень бухгалтерського обліку, за якими визначається собівартість, відносяться: Положення 3 «Звіт про фінансові результати» і Положення 16 «Витрати».

Щодо туристичної діяльності, то собівартість реалізованого турпродукту складається з виробничої собівартості, нерозподілених постійних витрат і наднормативних виробничих витрат.

У виробничу собівартість турпродукту включаються:

- прями витрати на закупівлю туристичних послуг в інших підприємств і свої витрати на створення та надання послуг, що можуть бути безпосередньо віднесені на конкретний об'єкт витрат;
- прями витрати на оплату праці, що включають заробітну плату й інші виплати працівникам, зайнятим формуванням турпродукту та наданням послуг, які можуть бути віднесені безпосередньо на конкретний об'єкт витрат;

- інші прямі витрати, що можуть бути віднесені безпосередньо на конкретний об'єкт витрат, зокрема, відрахування на соціальні заходи, плата за оренду земельних і майнових паїв, амортизація і т.п.;

- загальновиробничі витрати, що включають оплату праці управлінського персоналу структурних підрозділів підприємства, і відрахування на соціальні заходи, витрати на відрядження охорону праці, техніку безпеки, охорону навколишнього середовища і т.п.

Загальновиробничі витрати поділяються на постійні та змінні.

До *постійних* відносяться витрати, пов'язані з управлінням процесами формування та реалізації турпродукту, що залишаються незмінними (або майже незмінними) при зміні обсягів діяльності.

Порядок віднесення цих витрат на одиницю турпродукту (послуг) здійснюється шляхом розподілу їх пропорційно прямим витратам.

До *змінних* витрат відносяться витрати з обслуговування та управління підрозділами формування й реалізації турпродукту, і до змінюються прямопропорційно або майже прямопропорційно до зміни обсягу діяльності. Basis для розподілу цих витрат виступає обсяг діяльності, рідше - прямі витрати підприємства. Перелік і склад змінних і постійних загальновиробничих витрат встановлюється підприємством самостійно.

Витрати, пов'язані з операційною діяльністю підприємства, що не включаються до собівартості реалізованого турпродукту, поділяються на адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати.

До *адміністративних витрат* відносяться загальногосподарські витрати, пов'язані з загальним обслуговуванням та управлінням підприємством - це витрати на проведення річних зборів і представницькі витрати; витрати на відрядження та утримання апарату управління підприємства й іншого загальногосподарського персоналу; витрати на утримання й амортизацію основних фондів та інших матеріальних необоротних активів загальногосподарського використання; витрати на зв'язок та амортизацію нематеріальних активів загальногосподарського значення; витрати на врегулювання суперечок через судові органи, на сплату податків, зборів та інших обов'язкових платежів підприємства, крім включених до собівартості реалізованого турпродукту (послуг); оплата розрахунково-касового обслуговування та інших послуг банків; інші витрати загальногосподарського призначення.

До *витрат на збут* відносяться витрати, пов'язані з реалізацією турпродукту безпосередньо покупцям або через посередників, -це винагорода продавцям турпродукту, витрати на рекламу і дослідження ринку, на відрядження працівників збуту, на страхування туристів і супровідників туристичних груп та інші витрати, пов'язані зі збутому турпродукту та послуг.

До *інших операційних витрат* включаються витрати, пов'язані з конвертацією національної валюти в іноземну при виїзному туризмі і конвертацією валюти іноземних туристів у національну валюту; суми

безнадійної дебіторської заборгованості і відрахувань у резерв сумнівних боргів; втрати від зміни курсу валют при операційній діяльності; визнані штрафи, пені, неустойки; витрати на виплату матеріальної допомоги, на утримання об'єктів соціального, культурного та побутового призначення і т.п.; інші витрати на операційну діяльність.

До *матеріальних витрат* підприємств туристичного бізнесу відноситься вартість куплених туристичних послуг та інших комплектуючих турпродукт виробів (товарів), палива й енергії, запасних частин і будматеріалів.

До складу елемента «*Витрати на оплату праці*» включається заробітна, плата за тарифними ставками та окладами, премії і заохочення, компенсаційні виплати, оплата відпусток та інші витрати на оплату праці.

До елемента «*Відрахування на соціальні заходи*» відносяться: відрахування на пенсійне забезпечення, а також внески до Фонду обов'язкового державного соціального страхування на випадок безробіття, Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві і професійних захворювань і до Фонду соціального страхування при тимчасовій втраті працездатності.

Елемент «*Амортизація*» являє собою суму нарахованої амортизації основних фондів, нематеріальних активів та інших необоротних матеріальних активів.

До складу елемента «*Інші операційні витрати*» включаються витрати на відрядження, на послуги зв'язку, на виплату матеріальної допомоги, витрати на оплату розрахунково-касового й іншого банківського обслуговування тощо.

Сукупні витрати підприємств, крім операційних витрат, включають фінансові витрати і витрати, пов'язані з надзвичайними подіями.

До *фінансових витрат* відносяться сплата відсотків за користування кредитами, за випущені підприємством облігації, витрати на фінансову оренду та інші витрати підприємства, пов'язані із залученням капіталу ззовні; втрати від участі в капіталі асоційованих, дочірніх або спільних підприємств, а також інші фінансові втрати (уцінка та вибуття необоротних активів і фінансових інвестицій, втрати від неопераційних курсових різниць і т.п.). Витрати на операційну та фінансову діяльність - це витрати, пов'язані зі звичайною діяльністю.

Сума витрат від надзвичайних подій зменшується на суму податку на прибуток, який направлено на покриття збитків від надзвичайних подій, якщо сума прибутку від звичайної діяльності не менша збитків від надзвичайних подій.

Основними видами витрат при формуванні турпродукту є:

- > витрати на оплату послуг інших підприємств туристичної індустрії;
- > витрати на оплату праці працівників туристичних підприємств;
- > витрати на рекламу;

> витрати, пов'язані з орендою та амортизацією основних фондів, насамперед сучасних систем комп'ютерної техніки.

Витрати з реалізації турпродукту або послуг посередниками (турагентами) відрізняються від витрат по їхньому формуванню. Вони розраховуються аналогічно витратам обігу в роздрібній торгівлі і покриваються комісійною винагородою. Витрати з реалізації турпродукту турагентами практично не містять матеріальних витрат. Основним видом витрат цих підприємств є витрати на оплату праці і відрахування на соціальні заходи.

Література [5, 6].

Питання для самоперевірки:

- 1. Як визначають витрати туристичної фірми?*
- 2. Що включається в собівартість туристичного продукту ?*
- 3. Як розподіляються витрати туроператора?*
- 4. Що є основними витратами турагента?*

Тема 16. Формування та розподіл прибутку туристичного підприємства

Прибуток - одна з найвідоміших з давніх часів категорій господарської діяльності - одержав у нашій країні новий поштовх до формування та використання у зв'язку з переходом до ринкової економіки. Слід зазначити: протягом ряду сторіч не змовкають суперечки стосовно її сутності та форм вираження.

Прибуток є метою і результатом економічної діяльності підприємницьких структур як фізичних, так і юридичних осіб, що виступають суб'єктами ринкових відносин. Перехід України до ринкової економіки підсилює багатоаспектність прибутку. Прибутку належить провідна роль у господарському механізмі функціонування країни і в забезпеченні стійкого розвитку підприємств.

Розрізняють два підходи до визначення прибутку. В бухгалтерському розумінні прибуток - це різниця між доходами і бухгалтерськими витратами підприємства. По-іншому бухгалтерські витрати називаються явними. Економічні витрати включають витрати, пов'язані з використанням усіх факторів господарської діяльності, незалежно від того, чи купуються вони на ринку, чи є власністю підприємця.

Витрати підприємства, пов'язані з використанням власних ресурсів, зазвичай називають упущеною вигодою або внутрішніми неявними витратами. Упущена вигода прирівнюється до витрат. Тому економічні витрати перевищують бухгалтерські на суму упущеної вигоди, а економічний прибуток, навпаки, менший бухгалтерського на ту ж суму упущеної вигоди.

Прибуток забезпечує умови розширеного відтворення і тому виступає критерієм ефективності підприємницької діяльності. Для оцінки прибутку як

фінансового результату діяльності доход зіставляється з витратами. Результатом цього є різниця з позитивним або негативним значенням. Позитивне значення - це прибуток, а негативне - збиток. Отже, прибуток є частиною доходу, що залишається підприємству після відшкодування витрат і сплати податків та обов'язкових зборів.

Система розподілу прибутку підприємства повинна враховувати як інтереси суспільства, так і інтереси самого підприємства, його власників і працівників. Це вимагає дотримання ряду принципів:

- першочергового виконання фінансових зобов'язань перед суспільством в особі держави через сплату податку на прибуток;
- забезпечення за рахунок прибутку потреб розширеного відтворення;
- винагороди власників капіталу, авансованого в діяльність підприємства;
- матеріального стимулювання працівників;
- задоволення соціальних потреб трудового колективу.

Основою плану розподілу прибутку виступає базова економічна стратегія діяльності підприємства. План розподілу прибутку повинен бути спрямованим на підвищення ринкової вартості підприємства, на формування інвестицій для забезпечення саморозвитку підприємства, на забезпечення матеріальної зацікавленості власників капіталу та працівників підприємства, на формування резервного фонду.

Розподіл чистого прибутку здійснюється підприємством самостійно на основі його Статуту.

Метою розподілу прибутку виступає її капіталізація і споживання. Капіталізований прибуток використовується для реінвестування, тобто для розвитку діяльності підприємства, для формування резервного фонду та для інших цілей розвитку. Важливу роль у діяльності суб'єктів підприємництва відіграє резервний фонд. В економіці України відповідно до законодавства про акціонерні товариства відрахування прибутку в резервний фонд носить першочерговий характер. Резервний капітал забезпечує збільшення акціонерної власності, характеризує готовність підприємства до економічного ризику, а також за відсутності прибутку поточного року забезпечує можливість виплати дивідендів на привілейовані акції. Резервний фонд зміцнює фінансову стійкість підприємств. Особливо важливим є використання засобів резервного фонду на розширення діяльності підприємства, приріст власного оборотного капіталу та покриття його нестачі.

Прибуток, що використовується на споживання, виходить зі сфери діяльності підприємства, він «проїдається», а з розвитком діяльності підприємства пов'язаний через стимулювання праці й капіталу. Прибуток, спрямований на соціальні потреби, витрачається на утримання та експлуатацію соціально-побутових об'єктів, що знаходяться на балансі підприємства, на фінансування будівництва об'єктів оздоровчого та культурно-масового характеру. Зі споживаної частини прибутку

виплачуються премії за досягнення в праці, надається матеріальна допомога, одноразові виплати ветеранам праці, пенсіонерам і т.п.

Література [5, 6].

Питання для самоперевірки:

1. За якими підходами визначається прибуток підприємства?
2. Як формується прибуток туристичної фірми?
3. За якими принципами відбувається розподіл прибутку?
4. Що є метою розподілу прибутку?

Тема 17. Джерела фінансування та грошові потоки суб'єктів туристичного бізнесу.

Залежно від джерел отримання грошових коштів, фінансування ділиться на три основні форми: самофінансування, державне (бюджетне) фінансування і кредитування (позикові засоби).

Самофінансування засноване на використанні власних фінансових ресурсів засновників туристичної організації. **Власний капітал** - це особисті засоби, що вкладаються в справу. Якщо налагодити справу не вдасться, вкладник їх втратить. Однак вклавши у справу власні гроші, підприємець не змушений сплачувати процентну ставку, як за позичені у банку гроші.

Якщо власних засобів бракує, туристична організація може або скоротити деякі свої витрати, або скористатися засобами, мобілізованими на фінансовому ринку від операцій з цінними паперами, або вдатися до державного фінансування (якщо є така можливість) чи кредитування.

Державне фінансування здійснюється на безповоротній основі за рахунок засобів бюджетних і позабюджетних фондів. За допомогою такого фінансування уряд цілеспрямовано надає підтримку туристичним організаціям у межах реалізації державної політики в цій сфері. Державне фінансування може здійснюватися, наприклад, у формі грантів, які є безвідплатними.

За обмеженості власних засобів і відсутності державної підтримки туристична організація може вдатися до кредитування. **Кредитування** - це форма фінансового забезпечення туристичного бізнесу, за якої витрати покриваються за рахунок позики кредитора, що надається на засадах поворотності, платності, терміновості. Брати кредит для формування стартового капіталу більш ризиковано, ніж використовувати власний капітал, адже до визначеного терміну доведеться сплатити отримані кошти та відсотки. Це завжди складно для нового бізнесу, тому до кредитування краще вдаватися тоді, коли знайти інші джерела фінансування не вдалося.

Туристична діяльність може фінансуватися з інших джерел. Наприклад, можна взяти кредит у родичів або у друзів. Однак при цьому слід

пам'ятати, що труднощі зі сплатою кредиту можуть зіпсувати родинні чи дружні стосунки. Гроші можна позичити і в чужих людей, проте такі кредити часто мають дуже високу процентну ставку.

Розглядаючи *грошовий потік* докладніше, слід зазначити, що він являє собою сукупність розподіленого в часі і просторі надходження та витрачання коштів при здійсненні господарської діяльності. Грошовий потік формується на основі економічних відносин між учасниками туристичної діяльності, тобто між туристами та підприємствами туристичної індустрії. Ці відносини охоплюють потоки туристів, турпродукту (послуг), а також потоки платіжних засобів найчастіше в грошовій формі.

Кожному потоку туристичного продукту (послуг) відповідає зустрічний платіжний потік, який називається грошовим потоком.

У фінансовій звітності відображаються позитивні і негативні грошові потоки від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності. Надходження грошей є для підприємства позитивним потоком, а витрата - негативним. Позитивний грошовий потік утворює доходи, а негативний - витрати підприємства. У вищезгаданому стандарті бухгалтерського обліку дається чітке визначення джерел надходження і напрямів витрачання коштів як взаємозалежних грошових потоків. Якщо немає надходження грошей, то нічого витрачати.

В умовах ринкових відносин важко переоцінити роль і значення потоків грошових коштів, що є для підприємства «кровоносною системою», яка обслуговує його господарську діяльність і дозволяє оцінити взаємозв'язок між залишками коштів на початок і кінець звітного або планового періоду.

Роль руху грошових коштів в економіці підприємств важко переоцінити.

По-перше, ефективно організований рух грошових коштів забезпечує платоспроможність і ліквідність підприємства.

По-друге, раціонально сформовані грошові потоки від операційної діяльності з урахуванням сезонності попиту на турпродукт сприяють скороченню потреби підприємства в позиковому капіталі, за який, як відомо, стягується плата. Результатом такої раціоналізації є зниження витратоємності основної операційної діяльності.

По-третє, налагоджена система руху грошових коштів забезпечує прискорення обороту капіталу і зниження ризику неплатоспроможності підприємства.

По-четверте, активізація грошового руху дає можливість отримати додатковий прибуток, у тому числі й для капіталізації з метою розвитку діяльності підприємства та підвищення рентабельності інвестованого капіталу.

Література [5, 6].

Питання для самоперевірки:

1. Які є джерела фінансування діяльності фірми?

2. У чому відмінність фінансування діяльності туристичної фірми?
3. Як характеризується грошовий потік?
4. Яка роль грошового потоку?

Тема 18. Основні та оборотні фонди туристичної фірми.

Основний капітал (позаоборотні активи) - це майно туристичних організацій, яке залучене у виробничий процес і функціонує в багатьох виробничих циклах, зберігаючи при цьому свою натурально-речову форму протягом всього терміну використання, і переносить свою вартість на собівартість туристичних продуктів і послуг по частинах, у міру зносу.

Поліпшення використання основного капіталу можна досягти за допомогою:

- звільнення туристичного підприємства від зайвого устаткування, переобладнання допоміжних приміщень під виробничі, здачі в оренду невикористовуваних приміщень;
- своєчасного та якісного проведення планово-запобіжних і капітальних ремонтів, скорочення термінів ремонтних робіт;
- придбання високоякісного основного капіталу і підвищення кваліфікації персоналу;
- своєчасного оновлення основного капіталу з метою запобігання надмірного морального і фізичного зносу;
- технічного вдосконалення основного капіталу, впровадження інновацій з метою підвищення механізації та автоматизації виробництва;
- диверсифікації бізнесу, розширення асортименту туристичних продуктів і послуг;
- удосконалення організації виробництва і праці з метою скорочення витрат робочого часу і підвищення продуктивності праці.

Технічний стан основного капіталу туристичного підприємства характеризується ступенем його зношеності, придатності, оновленням і вибуттям.

Показником зношеності основного капіталу туристичного підприємства є коефіцієнт зносу (K_z , %), який розраховується за формулою

$$K_z = \frac{C_z}{C_n} \times 100.$$

де C_z - сума зносу основного капіталу туристичного підприємства, грн;

C_n - первинна вартість основного капіталу туристичного підприємства, грн.

Ступінь оновлення основного капіталу туристичного підприємства характеризується коефіцієнтом оновлення (K_o , %), який розраховується за формулою

$$K_o = \frac{C_{ск}}{C_n} \times 100.$$

де $C_{ск}$ - вартість основного капіталу туристичного підприємства на кінець року, грн ($C_{ск} = C_{нд} + C_{вв} - C_{вб}$);

Снд - вартість основного капіталу туристичного підприємства на початок року, грн;

Свв - вартість введеного основного капіталу туристичного підприємства, грн;

Свиб - вартість вибулого основного капіталу туристичної організації, грн.

Якщо збільшуються **Ко** і фондвіддача, то вводити основний капітал доцільно. Показником ступеня придатності основного капіталу туристичного підприємства є коефіцієнт придатності (**Кп** %), який розраховується за формулою

$$K_n = \frac{(C_n - C_{21})}{C_n} \times 100.$$

Величина **Кп** залежить від співвідношення **Ко** і Кз. Чим вищий **Кп**, то кращий стан основного капіталу туристичної організації.

Коефіцієнт вибуття (**Кв**, %) характеризує частку основного капіталу, який щорічно вибуває з експлуатації. Його зростання означає оновлення матеріальної бази туристичного підприємства. Коефіцієнт вибуття розраховується за формулою

$$K_v = \frac{C_{\text{вв}}}{C_n} \times 100.$$

Основний капітал туристичної сфери є матеріально-технічною базою (МТБ) галузі. Це, передусім, готельно-ресторанне господарство, бази туризму і відпочинку, пансіонати, санаторії і ін.

У деяких випадках МТБ розглядають в ширшому значенні - на рівні туристичного комплексу і відносять до неї транспорт, заклади харчування, культурно-історичні об'єкти, інші підрозділи туристичного комплексу.

Особливу групу становить МТБ туристичних фірм і регіональних базових підприємств (будинків відпочинку, турбаз тощо), оскільки іноді важко визначити, куди віднести окремі предмети офісного вжитку: до основних чи оборотних фондів, активної чи пасивної частини основних фондів. Звернімося до теорії питання.

Основними фондами є засоби праці, які використовуються в виробничому процесі багато разів, не змінюючи при цьому свою натурально-речову форму. До основних фондів належать засоби праці, вартість яких перевищує 100 мінімальних заробітних плат і термін експлуатації яких перевищує один рік. Не належать до основних фондів спец оснащення, спецодяг і взуття, незалежно від їх вартості і термінів використання.

Активні основні фонди безпосередньо впливають на продукт, визначають масштаби виробництва і продуктивність праці працівників. До них належать машини, устаткування, інструмент.

Пасивні основні фонди створюють умови для процесу праці. До них належать будівлі, споруди, передавальні пристрої, засоби комунікації.

Співвідношення між активними і пасивними основними фондами залежить від особливостей технології конкретного виду виробничої діяльності і називається технологічною структурою основних виробничих

фондів (капіталу). Особливістю основних фондів є те, що їх вартість поступово, частинами, переноситься на вартість вироблених з їх використанням продуктів (послуг) і відшкодовується в процесі їх реалізації у формі амортизаційних відрахувань. Амортизаційні відрахування накопичуються в спеціальних амортизаційних фондах протягом тривалого часу, що створює умови для маневрування ними. Розрізняють рівномірну, прискорену і сповільнену амортизацію зносу основних фондів.

Основні фонди схильні до фізичного і морального зносу.

Фізичний знос основних фондів - це втрата їх споживної вартості унаслідок функціонування або бездіяльності (втрата техніко-експлуатаційних властивостей основного капіталу і зниження його вартості).

Моральний знос основних фондів - втрата їх споживної вартості внаслідок появи більш досконалих їх видів (як за технічними, так і за економічними параметрами), що робить подальшу експлуатацію застарілих фондів недоцільною задовго до їх фізичного зносу, а також унаслідок здешевлення з часом відтворення вже експлуатованих фондів, через що може знецінюватися основний капітал підприємства, що негативно позначається на його конкурентоспроможності.

Функціонування основних фондів обмежене терміном їх експлуатації, який зумовлює терміни вибуття і відтворення кожного виду засобів виробництва. **Відтворення основного капіталу** здійснюється у формі капітальних вкладень і оцінюється за такими показниками: приріст основного капіталу за певний період, коефіцієнт приросту, коефіцієнт вибуття, коефіцієнт оновлення. В середньому введення в дію основних фондів становить 6-7% їх загальної вартості, а вибуття - 3-4%. В різних галузях ці показники можуть істотно різнитися.

Перевищення введення над вибуттям становить приріст основних фондів (капіталу). Цей показник визначає темпи розвитку підприємства. Основні причини вибуття основних фондів:

- повний фізичний знос (неможливість подальшої експлуатації);
- продаж;
- здача в оренду;
- передання як засновницького внеску в статутний капітал комерційної організації;
- безвідплатне передання;
- недоцільність подальшої експлуатації внаслідок морального зносу або перепрофілювання підприємства.

Вартісна оцінка основних фондів передбачає розрахунок їх повної первинної вартості, відновної вартості і балансовій вартості. Особливо важливі показники середньорічної вартості основних фондів. На її основі розраховуються такі аналітичні показники, як фондвіддача, фондомісткість продукції (послуг), рентабельність основних фондів і фондоозброєність.

Фондовіддача є узагальненим показником використання основного капіталу. Фондовіддача - це відношення обсягів реалізованих туристичною

організацією продуктів або послуг у грошовому або натуральному вираженні до середньорічної вартості основного капіталу.

У натуральному виразі фондівіддача розраховується за формулою

$$\Phi_o = \frac{Y}{C_{\text{сп}}},$$

де Y - об'єм реалізованих туристичних продуктів або послуг у натуральному вираженні (для турфірм - кількість тур продуктів; для готелів - кількість номерів/місць в добу).

У грошовому вираженні фондівіддача (Φ_o , грн) розраховується за формулою

$$\Phi_o = \frac{B}{C_{\text{сп}}},$$

де B - виручка від реалізації туристичних продуктів або послуг за рік, грн.

Показник фондівіддачі показує, скільки туристичних продуктів або послуг отримано з кожної гривні капіталу організації, що діє. Підвищення фондівіддачі свідчить про те, що ефективніше використовується основний капітал.

Фондомісткість продукції (послуг) розраховується як відношення середньорічної вартості основних фондів до обсягів проданої продукції (продажу). Він характеризує вартість основного капіталу, яка припадає на одиницю реалізованого туристичного продукту або послуги (або на одну гривню вартості продукту або послуг), і розраховується за такими формулами

$$\Phi_n = \frac{C_{\text{сп}}}{B} = \frac{1}{\Phi_o}; \quad \Phi_n = \frac{C_{\text{сп}}}{Y} = \frac{1}{\Phi_o},$$

Фондомісткість відображає вартість основного капіталу, необхідну для отримання заявленого обсягу туристичних продуктів або послуг. Зниження фондомісткості засвідчує зростання ефективності використання основного капіталу.

Фондоозброєність (Φ^{\wedge} , грн/ос.) - це частка основного капіталу.

яка припадає на одного працівника (ступінь забезпеченості працівників туристичних організацій капіталом). Від цього показника безпосередньо залежить продуктивність праці на підприємстві. Фондоозброєність виражається відношенням середньорічної вартості основного капіталу до середньорічної чисельності персоналу туристичної організації і розраховується за формулою

$$\Phi_{\text{озб}} = \frac{C_{\text{сп}}}{\text{Ч}},$$

де Ч - чисельність працівників туристичної організації, осіб.

Рентабельність основних фондів розраховується як відношення прибутку від реалізації продукції (послуг) до середньорічної вартості основних фондів.

Рентабельність основного капіталу (R_k , %) розраховується за формулою

$$P_k = \frac{\Pi}{C_{ок}} \times 100,$$

де Π - прибуток туристичної організації, грн;

$C_{ок}$ - середньорічна вартість основного капіталу туристичної організації, грн.

Розрахунок $C_{ок}$, грн. проводиться за формулою

$$C_{ок} = C_{кр} + \frac{C_{дд} \times M}{12} - \frac{C_{дд} \times (12 - M)}{12},$$

де M - кількість місяців функціонування основного капіталу організації у розрахунковому періоді.

Зростання фондомісткості і фондоозброєння не завжди відображає позитивні зрушення у використанні основного капіталу, оскільки вони можуть бути наслідком накопичення невстановленого устаткування, розширення пасивної частини основних фондів, простоїв і зниження продуктивності праці. Тому фінансовий менеджер повинен аналізувати весь комплекс показників, що характеризують основні фонди підприємства: їх склад, структуру (активні і пасивні фонди), введення, вибуття, приріст, фондівіддачу, рентабельність, фондоозброєність, середній знос тощо.

Незалежно від частки всі елементи основного капіталу туристичних організацій мають вартісну оцінку. Існує три види вартісної оцінки елементів основного капіталу суб'єктів у сфері туристичного бізнесу: за первинною, відновною і залишковою вартості.

Первинна вартість (C'' , грн) - вартість основного капіталу туристичної організації на дату оприбутковування, розраховується за формулою

$$C_n = C_{пр} + V_{тр} - ПДВ$$

де $C_{пр}$ - вартість придбаного майна, грн; $V_{тр}$ - витрати на транспортування, грн; $ПДВ$ - податок на додану вартість, грн.

Первинна вартість основного капіталу туристичної організації не зазнає змін, окрім випадків, передбачених законодавством України: добудови, дообладнання, реконструкції і часткової ліквідації капіталу. Такий метод оцінки ускладнює визначення обсягу капіталу і його динаміки, розміру амортизаційних відрахувань і собівартості туристичних продуктів і послуг, оскільки однорідний за складом капітал, придбаний в різний час, значиться на балансі туристичної організації в різних цінах. Отже, основний капітал необхідно оцінювати за відновною вартістю.

Відновна вартість (C_e , грн) - вартість основного капіталу туристичної організації в цінах, приведених до цін року переоцінки. Розраховується за формулою

$$C_e = C_n \times K_{пер},$$

де $K_{пер}$ - коефіцієнт перерахунку.

Переоцінка дає змогу уподібнити створені в різні роки однорідні елементи основного капіталу і завдяки цьому отримати зіставні відомості про обсяг і структуру капіталу туристичної організації, точно обчислити розмір амортизаційних відрахувань.

Оцінка за первинною, або відновною, вартістю не дає уявлення про ступінь зносу основного капіталу туристичної організації в процесі експлуатації. Для встановлення ступеня зносу і визначення вартості капіталу, не перенесеної на туристичні послуги, застосовують метод оцінки за залишковою вартістю.

Залишкова вартість основного капіталу туристичної організації (*С_{зал}*, грн) - вартість з урахуванням амортизації, первинна (або відновна) вартість за вирахуванням суми нарахованого зносу, розраховується за формулою

$$C_{\text{зал}} = C_n - \frac{C_n \times N_n \times J_{\phi}}{100},$$

де *nЗ* - річна норма амортизації основного капіталу, %;

Тф - фактичний термін експлуатації основного капіталу, років.

Залишкова вартість основного капіталу туристичної організації може бути визначена і через декілька місяців після початку експлуатації, і через рік, і через декілька років, тобто неправильно ототожнювати залишкову вартість з реальною вартістю капіталу в кінці терміну експлуатації.

Оборотні фонди

Щоб забезпечити безперервність виробничого процесу (кругообігу фондів), підприємство постійно повинно мати запаси сировини, палива, заготовок і напівфабрикатів, які разом становлять **оборотні фонди (капітал)** підприємства.

Оборотні фонди (капітал) - це майно туристичних організацій, яке залучене у виробничий процес, функціонує тільки в одному виробничому циклі і, незалежно від способу виробничого споживання, повністю і відразу переносить свою вартість на собівартість туристичних продуктів і послуг. Окремі елементи оборотного капіталу мають різне призначення і по-різному використовуються в туристичній діяльності. Оборотний капітал туристичних організацій включає виробничі запаси, витрати майбутніх періодів, грошові кошти і дебіторську заборгованість.

Предмети праці, що входять до складу оборотних фондів, складаються з двох частин:

- предмети праці, виробництва, які ще не залучені в процес, але вже є на підприємстві;

- предмети праці, що залучені у виробничий процес і перетворюються по мірі обробки в готову продукцію.

Оборотні фонди (капітал) мають особливості, які відрізняють їх від основних фондів: по-перше, участь у виробничому процесі вони беруть лише одноразово, змінюючи при цьому свою форму; по-друге, вони повністю переносять свою вартість на вартість готової продукції (послуг), при цьому одні види оборотних фондів (паливо, енергія) повністю втрачають свою споживчу вартість і не входять до складу готової продукції, а інші (сировина, заготовки) - входять у готову продукцію і збільшують свою споживчу вартість.

До складу оборотних фондів (капіталу) входять також малоцінні і швидкозношувані предмети, тобто засоби праці, вартістю менше 100 мінімальних заробітних плат або з терміном експлуатації менше одного року. Вартість цих предметів може включатися у вартість готової продукції (послуг) або відразу, або в два прийоми: 50% при переданні їх з складу на виробництво і 50% - при їх ліквідації (утилізації) з урахуванням поворотної вартості від утилізації.

Головним показником використання оборотних коштів є **коефіцієнт** (кратність) їх **оборотності** ($K_{об}$). Він розраховується за формулою

$$K_{обс} = \frac{V_{вир}}{U_{ос}}$$

де **Uвир** - обсяг виробництва в грошових одиницях за період (сезон);

Uос - величина оборотних коштів, що беруть участь в одному обороті.

Норма обороту оборотних фондів для торгівлі - 52 рази на рік (один оборот в тиждень), для туризму - один оборот у два тижні або 13 оборотів за сезон.

Інший показник використання оборотних фондів - період їх **оборотності** ($t_{об}$):

$$t_{об} = \frac{T_{сез}}{K_{обс}}$$

де **Tсез** - тривалість сезону.

-

Кратність обороту визначає розмір капіталу, авансованого на закупівлю оборотних коштів і суттєво впливає на всі економічні показники роботи підприємства.

Література [5, 6].

Питання для самоперевірки:

1. Що є основними фондами туристичної фірми?
2. Якими показниками оцінюється ефективність використання основних фондів туристичної фірми?
3. Яким чином можна покращити використання основних фондів?
4. Що є оборотними фондами туристичної фірми?
5. Якими показниками оцінюється ефективність використання оборотних фондів?

Тема 19. Трудові ресурси туристичного підприємства.

Обов'язковою умовою функціонування будь-якої підприємницької структури є поєднання трудових ресурсів із засобами виробництва, яке забезпечує процес діяльності.

Трудові ресурси підприємства - це кадровий персонал, що виступає як сукупність працівників різних професійно-кваліфікаційних груп, зайнятих на підприємстві. Вони є активною частиною ресурсного потенціалу суб'єкта підприємницької діяльності.

Трудові ресурси країни - це частина працездатного населення, яка за своїми віковими, фізичними, освітніми даними відповідає якій-небудь сфері діяльності, наприклад туристичній. Слід відрізняти реальні трудові ресурси, тобто працюючі, від потенційних ресурсів, до яких відносяться ті люди, які можуть бути залучені до праці.

Від трудових ресурсів підприємства варто відрізняти його кадровий потенціал, який виступає як сила (можливість), закладена в ресурсах. Кадри підприємства - це сукупність постійних працівників, які отримали необхідну професійну підготовку і/або мають досвід практичної роботи. Кадровий стан підприємств турбізнесу характеризується рядом абсолютних і відносних показників, головними серед яких є такі:

- 1) облікова та явочна кількість працівників;
- 2) середньооблікова кількість працівників за визначений період часу;
- 3) структура кадрів;
- 4) темпи збільшення або скорочення кадрів;
- 5) частка керівників і фахівців, які мають вищу або середню фахову освіту, в загальній кількості цих категорій працівників;
- 6) середній стаж роботи на підприємстві, що характеризує стабільність персоналу;
- 7) плинність і вибуття кадрів;
- 8) коефіцієнт поповнення (прийому) кадрів тощо. Насамперед слід розрізняти облікову і явочну чисельність працівників підприємства.

До *облікової чисельності* штатних працівників відносяться всі наймані працівники, які уклали письмовий трудовий договір (контракт) і виконують постійну, тимчасову або сезонну роботу один день і більше, а також власники підприємства, якщо, крім доходу на вкладений капітал, вони отримують заробітну плату на цьому підприємстві.

Облікова чисельність штатних працівників визначається на певну дату, наприклад, на перше або останнє число місяця, з урахуванням прийнятих і вибулих працівників в цей день. В обліковій чисельності штатних працівників враховуються особи, які фактично працювали або були відсутні з якихось причин, тобто всі працівники, які знаходяться в трудових відносинах, незалежно від виду трудового договору.

Не включаються до облікової чисельності штатних працівників особи, прийняті на роботу за сумісництвом, а також направлені на навчання з відривом від виробництва, які отримують тільки стипендію.

Явочна чисельність - це та кількість працівників, що знаходиться на робочих місцях відповідно до режиму роботи підприємства. Різниця між обліковою і явочною чисельністю характеризується тією кількістю працівників, які з різних (поважних і неповажних) причин не з'явилися на роботу (відпустка, хвороба, відрадження, прогули й ін.).

Середня чисельність працівників будь-якого підприємства за певний період визначається як сума:

- середньооблікової чисельності штатних працівників;

- середньої кількості позаштатних сумісників;
- середньої чисельності працівників за громадянським договором.

Середньооблікова чисельність штатних працівників розраховується на основі щоденних даних про облікову чисельність цих працівників, яка повинна співпадати з даними табельного обліку використання робочого часу.

Література [5, 6].

Питання для самоперевірки:

- 1. Яку роль відіграють трудові ресурси в діяльності підприємств туристичного бізнесу?*
- 2. Чим відрізняється поняття «трудові ресурси» від «кадрового потенціалу» підприємства?*
- 3. Перелічіть і розкрийте сутність показників оцінки кадрового забезпечення підприємств.*

3 ОРГАНІЗАЦІЯ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ СТУДЕНТІВ

Поточна та підсумкова оцінка рівня знань студентів здійснюється за модульною накопичувальною системою.

Поточний модульний контроль з дисципліни «Економіка фірми» передбачений за лекційними змістовними модулями програми ЗМ-Л1, ЗМ-Л2, одним модулем індивідуального завдання ЗМ-І3 та практичними змістовними модулями програми ЗМ-П1, ЗМ-П2, ЗМ-П3.

Методично модульний контроль з *лекційного модуля* проводиться в формі тестових контрольних робіт. Кожному студенту видається свій варіант завдання. Результати роботи оформлюються на окремому аркуші відповідно до наступного зразка:

Тестова контрольна робота
з дисципліни «Економіка фірми»
студент групи..... прізвище, ім'я, по батькові студента
Варіант № ____

1. Запитання

- відповідь

.....

20. Запитання

- відповідь

Дата

Підпис

Час, що виділяється на виконання тестової контрольної роботи визначається при видачі завдання, залежить від складності завдання і не перевищує 1 академічної години.

Методично модульний контроль з *модуля індивідуального завдання* проводиться у формі курсового проекту, що передбачає його написання за обраним завданням та захист.

Після вивчення лекційного матеріалу, написання контрольних робіт зі змістовних модулів може бути нарахована максимальна кількість балів згідно табл. 1.

Таблиця 1

Розподіл балів за лекційними змістовними модулями

Змістовний модуль	Форма контролю	Максимальна сума балів
ЗМ-Л1	КР1	25
ЗМ-Л2	КР2	25
Всього		50

Критерії оцінювання в балах тестових контрольних робіт в залежності від кількості правильних відповідей на запитання наступні:

Визначення	Бали	
	КР1	КР2
Відмінне виконання (22 -25 правильних відповідей на 25 питань)	22 – 25	22 – 25
Добре виконання (18 - 21 правильних відповідей на 25 питань)	18 - 21	18 - 21
Задовільне виконання (12-17 правильних відповідей на 25 питань)	12 – 17	12 – 17
Незадовільне виконання (1-11 правильних відповідей на 25 питань)	1 – 11	1 – 11

Методично модульний контроль з *практичного модуля* проводиться в формі письмової контрольної роботи.

За змістовними модулями ЗМ–П1, ЗМ-П2, ЗМ-П3 і виконання індивідуального завдання може бути нарахована максимальна кількість балів згідно табл. 2.

Таблиця 2

Розподіл балів за практичними змістовними модулями

Змістовний модуль	Форма контролю	Максимальна сума балів
ЗМ-П1	КР1	10
ЗМ-П2	КР2	10
ЗМ-П3	КР3	10
ЗМ-ІЗ	КП	20
Всього		50

Критерії оцінювання в балах контрольних роботи в залежності від якості відповіді на запитання наступні:

Визначення	Бали
	КР1, КР2, КР3
Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	9-10
Вище середнього рівня з кількома помилками	8
В загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок	7
Непогано, але зі значною кількістю помилок	6
Виконання задовольняє мінімальні критерії	5
Виконання не задовольняє мінімальні критерії	1-4

Питання про допуск до семестрового іспиту розглядається тільки за умови, якщо студент виконав всі види робіт, передбачені робочою

навчальною програмою і набрав за модульною системою суму балів **не менше 50% від максимально можливої за практичну частину (25 балів)** та успішно захистив КП. В іншому випадку студент вважається таким, що не виконав навчального плану дисципліни і не допускається до іспиту.

Формою підсумкового семестрового контролюючого заходу з обов'язкової початкової дисципліни «Економіка фірми» є письмовий іспит, який проводиться в період заліково-екзаменаційної сесії. Під час іспиту перевіряється засвоєння студентом теоретичного та практичного матеріалу (знань, вмінь та навичок, що зазначені у програмі дисципліни).

Екзаменаційні білети з дисципліни «Економіка фірми» являють собою тестові завдання закритого типу, які потребують від студента вибору правильних відповідей з чотирьох запропонованих у запитанні. Тестові питання кожного екзаменаційного білету формуються по всьому переліку сформованих у навчальній дисципліні знань (в першу чергу базової компоненти), а їх загальна кількість складає 20 завдань. Повна правильна відповідь на 1 тестове завдання оцінюється у **5 балів**. Оцінка успішності виконання студентом цього заходу здійснюється у формі кількісної оцінки (бал успішності) та максимально складає **100 балів**. Перехід від кількісної оцінки до якісної оцінки здійснюється за 4-х бальною системою відповідно до наступної шкали - **за правильну відповідь: на 18-20 тестів (90-100%) – «відмінно»; на 15-17 тестів (74-89%) – «добре»; на 12-14 тестів (60-73%) – «задовільно»; на менш ніж 12 тестів (<60%) – «незадовільно».**

Загальна кількісна оцінка, що отримує студент за підсумками вивчення навчальної дисципліни «Економіка фірми» (загальний бал успішності) є **усередненою** між кількісною оцінкою поточних контролюючих заходів та кількісною оцінкою семестрового контролюючого заходу – іспиту. Якщо студент за підсумками іспиту отримав загальну кількісну оцінку менше 50% (від максимально можливої на екзамені), то загальний бал успішності має дорівнювати балу успішності на іспиті.

Таблиця 3

Шкала оцінювання

Бал успішності (у відсотках)	За національною системою		За шкалою ECTS
	для іспиту	для заліку	
90 – 100	5 (відмінно)	зараховано	A
82 – 89,9	4 (добре)	зараховано	B
74 – 81,9	4 (добре)	зараховано	C
64 – 73,9	3 (задовільно)	зараховано	D
60 – 63,9	3 (задовільно)	зараховано	E
35 – 59,9	2 (незадовільно)	не зараховано	FX
1 – 34,9	2 (незадовільно)	не зараховано	F

Базові знання: основні терміни, поняття та категорії економіки фірми; системи факторів функціонування та розвитку фірми; закономірностей здійснення процесу надання послуг; особливості реалізації економічних відносин; методи оцінки витрат і результатів господарської діяльності; способи мотиваційного впливу, які забезпечують ефективне господарювання. основи функціонування окремих складових виробничо-господарського механізму підприємства.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА

1. Економіка підприємства: Навч. посіб. / За ред. А.В. Шегди. – К.: Знання, 2005. – 431с.
2. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С.Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 2001. – 528с.
3. Економіка підприємства. Збірник практичних задач і конкретних ситуацій: Навч. посібник / За ред. проф. С.Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 1999. – 328с.
4. Губанова О.Р. Економіка підприємств: Конспект лекцій. – Одеса: «ТЭС», 2009. - 52с.
5. Мальська М.П. Економіка туризму: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, М.Й. Рутинський, С.В. Білоус, Н.Л. Мандюк – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 544 с.
6. Дядечко Л.П., Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224с.
7. Методичні вказівки до виконання курсового проекту з дисципліни «Економіка фірми». – Одеса, ОДЕКУ, 2017 – 18 с.
8. www.library-odeku.16mb.com

ДОДАТКОВА ЛІТЕРАТУРА

9. Бойчук І.М., Харів П.С., Хопчан М.І., Піча Ю.В. Економіка підприємства: Навч. посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів I-IV рівнів акредитації. – К.: „Каравела”; Львів: „Новий світ-2000”, 2001. – 298с.
10. Экономика предприятия: Учебное пособие / Под общ. ред. проф. Л.Г. Мельника. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2002. – 632с.
11. Котельникова Е.А. Экономика фирмы: конспект лекций. – Электронное издание, Эксмо, 2009. – Режим доступа: <http://www.alleng.ru/d/econ/econ175.htm>
12. Журнали: «Економіка України», «Регіональна економіка», «Фінанси України», «Економіст», «Вопросы экономики».

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДО ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ
З ДИСЦИПЛІНИ
«Економіка фірми»**

Укладач: Дем'яненко С.Г.

Підп. до друку
Умов. друк. арк.

Формат 60×84/16
Тираж

Папір друк.
Зам. №

Надруковано з готового оригінал-макета

Одеський державний екологічний університет,
65016, м. Одеса, вул. Львівська, 15