

Міністерство освіти і науки України
ВСП «Ковельський промислово-економічний фаховий коледж
Луцького національного технічного університету»



ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

**Методичні вказівки до самостійних робіт
для здобувачів освітньо-професійного ступеня
фаховий молодший бакалавр
галузі знань 07 Управління та адміністрування
спеціальності 071 Облік і оподаткування
денної форми здобуття освіти**

Ковель, 2025

Затверджено до видання методичною радою ВСП «КПЕФК Луцького НТУ»,
протокол №7 від «17» березня 2025 року.

Голова методичної ради ВСП «КПЕФК ЛНТУ» _____ Ігор ІЛЮШИК
(підпис)

Розглянуто і схвалено на засіданні циклової комісії з обліку і оподаткування та менеджменту ВСП «КПЕФК ЛНТУ»

протокол №7 від «17 » березня 2025 року.

Голова комісії _____ Світлана САМЧИНСЬКА
(підпис)

Електронна копія друкованого видання передана до книжкового фонду бібліотеки ВСП «КПЕФК ЛНТУ»

Завідувачка бібліотеки _____ Неля ТЕЛЮЧИК

Укладач: _____ Леся ЗУБЧИК, викладач-методист ВСП «КПЕФК ЛНТУ»
(підпис)

Рецензент: _____ Володимир ПИЦ, кандидат економічних наук,
(підпис) викладач-методист ВСП «КПЕФК ЛНТУ»

Відповідальний за випуск: _____ Леся ПРОКОПЧУК, методист ВСП
(підпис) «КПЕФК ЛНТУ»

Економіка підприємства [Текст]: методичні вказівки до самостійних робіт для здобувачів освітньо-професійного ступеня фаховий молодший бакалавр 3-91 галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 071 Облік і оподаткування денної форми здобуття освіти / уклад. Леся ЗУБЧИК. – Ковель: ВСП «КПЕФК ЛНТУ», 2025. – 64 с.

Методичні вказівки підготовлені з метою надання допомоги здобувачам самостійно виконувати навчальну, дослідну або творчу роботу у вільний від занять час без безпосередньої участі викладача..

Видання містить короткий текст теоретичного матеріалу, перелік запитань для самоконтролю, список рекомендованої літератури.

Призначене для здобувачів спеціальності 071 Облік і оподаткування денної форми здобуття освіти.

З М І С Т

Вступ.....	4
1. Структура підприємства: виробнича і загальна.....	5
2. Зовнішнє середовище господарювання підприємств.....	7
3. Принципи та методи планування.....	9
4. Маркетингове середовище.....	11
5. Бізнес-план як різновид перспективного планування.....	14
6. Оперативно-виробниче планування.....	17
7. Кадрова політика підприємства.....	21
8. Моделі та методи мотивації праці.....	23
9. Шляхи підвищення ефективності використання основних засобів підприємства.....	26
10. Виробнича потужність підприємства.....	28
11. Резерви підвищення ефективності використання оборотних коштів.....	32
12. Патентно-ліцензійна діяльність підприємств.....	35
13. Лізинг – джерело інвестицій на підприємстві.....	37
14. Стандартизація та сертифікація продукції.....	42
15. Загальна характеристика та види інноваційних процесів.....	45
16. Методи ціноутворення на продукцію.....	48
17. Економічна безпека підприємства.....	50
18. Банкрутство та ліквідація підприємств.....	54
Рекомендована література.....	59



ВСТУП

Підготовка фахівців у вищих навчальних закладах забезпечується освітніми програмами, на основі яких розробляються навчальні плани. Навчальний план містить різні форми навчального процесу: аудиторні заняття – лекції, семінари, практичні заняття, контрольні заходи, а також позааудиторні заняття, до яких належить самостійна робота студентів.

Самостійна робота – основа будь-якої освіти, а особливо вищої. У сучасному вищому навчальному закладі самостійна робота для здобувачів освіти є засобом оволодіння глибокими знаннями, формування у них активності й самостійності, розвитку розумових здібностей. Тому важливе завдання викладача – навчити студентів самостійно здобувати й застосовувати знання, працювати ефективно, а головне творчо.

Самостійна робота здобувача освіти є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом у вільний від занять час. Вона починається з першої лекції і охоплює увесь період навчання у вищому навчальному закладі. Це дає можливість здобувачам навчитися самостійно працювати з різними інформаційними джерелами, інтерпретувати матеріали періодичної літератури.

Зміст самостійної роботи визначається робочою навчальною програмою з освітнього компонента та методичними рекомендаціями викладача.

Самостійна робота здобувачів забезпечується системою навчально-методичних засобів, передбачених для вивчення конкретного освітнього компонента: підручники, навчальні та методичні посібники.

Таким чином, методичні вказівки до самостійної роботи для здобувачів з освітнього компонента «Економіка підприємства» розроблені з метою надання допомоги здобувачам при самостійному опрацюванні матеріалу.

У методичних вказівках розглядається список рекомендованої літератури, вимоги, що ставляться до оформлення самостійної роботи, наводяться питання для самоконтролю.



Тема: Структура підприємства: виробнича і загальна

Питання до розгляду:

1. *Виробнича структура підприємства.*
2. *Загальна структура підприємства.*

1. Виробнича структура підприємства

Структура підприємства – це склад і співвідношення його внутрішніх ланок (цехів, ділянок, відділів, лабораторій та інших підрозділів), що становлять єдиний господарський об'єкт. При цьому розрізняють виробничу й загальну структури підприємства.

Виробнича структура – це комплекс цехів, дільниць, інших виробничих підрозділів і форми їх взаємозв'язку. Ця структура залежить від характеру продукції, яку виробляє підприємство, рівня спеціалізації та кооперування з іншими підприємствами, технологічного процесу, виробничих потужностей тощо.

Провідне місце у виробничій структурі належить цеху. Цех є основною виробничою одиницею, відокремленою ланкою, у якій реалізуються виробничі процеси. За характером своєї діяльності цехи поділяються на *основні, допоміжні, обслуговуючі та побічні*.

Основні цехи виготовляють продукцію, призначену для реалізації.

Допоміжні цехи забезпечують безперебійну роботу основних цехів (інструментальний, енергетичний, ремонтно-механічний та ін.).

Обслуговуючі цехи та господарства виконують роботи, які забезпечують необхідні умови для нормального функціонування основних та допоміжних цехів (котельня, лабораторії, складське та транспортне господарство).

Побічні цехи виготовляють продукцію з відходів основного виробництва.

У структурі деяких підприємств існують **експериментальні (дослідні) цехи**, які займаються підготовкою та випробуванням нових виробів, розробкою нових технологій, проведенням різноманітних експериментальних робіт.

2. Загальна структура підприємства

Будь-яке підприємство – це сукупність не тільки виробничих підрозділів. До його складу входять відділи апарату управління, заклади культурно-побутового призначення, інші невикробничі підрозділи. Тому поряд із виробничою структурою існує **загальна структура підприємства** – це сукупність усіх виробничих, невикробничих та управлінських підрозділів.

Підприємство очолює **головний керівник** (директор, віце-президент), який здійснює керівництво підприємством у цілому, розпоряджається в межах чинного законодавства його майном та засобами, укладає договори, відкриває в банках розрахункові рахунки тощо.

Першим заступником директора є **головний інженер**, який керує науково-дослідними та експериментальними роботами, відповідає за вдосконалення техніки

та технології виробництва, розробляє заходи щодо підвищення якості продукції.

Заступник директора з питань економіки (головний економіст) відповідає за організацію планової роботи на підприємстві та проводить аналіз діяльності роботи підприємства. У його компетенції знаходяться також питання фінансів, організації праці та заробітної плати.

Начальник виробництва забезпечує виконання планів підприємства, а підпорядкований йому виробничий відділ розробляє оперативні плани випуску продукції для кожного цеху, забезпечує ритмічну роботу щодо їх виконання, здійснює контроль та регулювання перебігу виробничого процесу.

Заступник директора з комерційних питань вивчає попит на продукцію, ринки збуту, реклами, займається просуванням товарів до покупців, а також здійснює матеріально-технічне забезпечення виробництва.

Заступник директора з кадрових питань відповідає за реалізацію кадрової політики підприємства, контролює питання відбору персоналу, його професійну орієнтацію, навчання, підвищення за посадою, переведення та звільнення. Також йому підпорядковані служби, що задовольняють соціальні потреби персоналу підприємства.

На підприємстві декілька підрозділів апарату управління підпорядковані безпосередньо директорові – бухгалтерія, відділ технічного контролю, канцелярія. У *бухгалтерії* здійснюється облік виробництва, контроль за використанням засобів та дотриманням фінансової дисципліни, складання звітів та балансів, розрахунки з робітниками та службовцями.

Відділ технічного контролю виконує функцію контролю якості продукції, розробляє та впроваджує системи управління якістю і не залежить від будь-якого заступника директора.

Канцелярія займається прийманням вхідної документації, її реєстрацією, обліком, розподілом, організує внутрішній документообіг, відправлення та зберігання документів.

Директорові підприємства також безпосередньо підпорядковані *начальники цехів*, які здійснюють технічне та господарське керівництво цехом. До складу апарату управління цеху входять *заступник із підготовки виробництва*, який займається питаннями розробки технологічних процесів, забезпечує дільницю необхідною документацією та оснащенням; *механік цеху* – організовує ремонт устаткування та нагляд за його експлуатацією; *економіст цеху* – очолює економічну роботу в межах цеху; *нормувальник* – займається питаннями нормування та оплати праці. Начальник цеху здійснює управління виробництвом за допомогою майстрів виробничих дільниць, які безпосередньо організовують роботу виконавців.

Питання для самоконтролю:

1. У чому полягає суть структури підприємства?
2. Які показники визначають виробничу структуру підприємства?
3. Що є основною виробничою одиницею виробничої структури підприємства?
4. Які є види цехів? Розкрийте їх суть.
5. Охарактеризуйте загальну структуру підприємства.

Рекомендована література:

Гринчуцький В.І. Економіка підприємства: навчальний посібник. 2-ге видання. – Київ: Центр учбової літератури, 2019. – 304 с. (ст. 14-19).

Тема: Зовнішнє середовище функціонування підприємства

Питання до розгляду:

1. *Середовище функціонування підприємства, його структура.*
2. *Суть і характеристики зовнішнього середовища.*

1. Середовище функціонування підприємства, його структура

Середовище функціонування підприємства – це сукупність певних чинників і обставин, які знаходяться як усередині, так і поза ним, і впливають на прийняття рішень.

Підприємство може функціонувати в тому випадку, якщо умови середовища є сприятливими для цього, тобто взаємодія таких елементів як мета, цілі, завдання, структура, технології, персонал, а також оточення, до якого воно пристосовується, призводять до позитивного економічного та інших ефектів (соціального, екологічного).

Діяльність будь-якого підприємства організовується з врахуванням усіх факторів середовища підприємства, які поділяються на *внутрішні та зовнішні*.

Внутрішнє середовище підприємства являє собою сукупність чинників, що створюються і контролюються фірмою, визначається внутрішніми змінними, тобто ситуаційними факторами всередині підприємства.

До факторів, що формують внутрішнє середовище відносять:

- стратегія, цілі та завдання підприємства;
- організаційна структура підприємства;
- організація виробництва і праці;
- виробничий потенціал підприємства;
- кадрово-управлінський потенціал;
- конкурентоспроможність продукції;
- організація маркетингу та збуту;

Враховуючи і аналізуючи всі особливості внутрішнього середовища підприємства формується організація виробництва як одна з його складових, обирається відповідні форма, тип та метод організації

2. Суть і характеристики зовнішнього середовища

Зовнішнє середовище – це сукупність господарських суб'єктів, економічних, суспільних і природних умов, національних і міждержавних інституційних структур та інших зовнішніх (відносно підприємства) умов і чинників, що характеризують оточення в якому відбувається діяльність підприємства.

Зовнішнє організаційне середовище містить елементи, які знаходяться за межами організації, але мають на неї суттєвий вплив. Загальною рисою факторів зовнішнього середовища є не контрольованість їх з боку фірми, оскільки вони не залежать від неї.

Розрізняють *середовище прямого впливу* і *середовище непрямого впливу*, які опосередковано або безпосередньо впливають на функціонування підприємства та його місце на ринку.

Мікросередовище – це середовище прямого впливу на підприємство, учасники ринку, які безпосередньо контактують з підприємством.

До мікросередовища підприємства відносяться:

- постачальники;
- ринок робочої сили;
- закони й установи державного регулювання;
- споживачі;
- конкуренти.

Макросередовище підприємства – це середовище непрямого впливу, яке складається з елементів, не пов'язаних з підприємством безпосередньо, але які мають вплив на формування загальної атмосфери бізнесу.

До елементів макросередовища належать:

- стан економіки країни;
- науково-технічний прогрес;
- соціально-культурні та політичні зміни;
- інтереси і події в інших країнах, що стосуються діяльності конкретного підприємства.

Вплив зовнішнього середовища на підприємство в цілому та безпосередньо на внутрішнє його середовище визначає ситуацію, в якій воно знаходиться. Результати взаємозв'язків підприємства із зовнішнім середовищем можуть здійснювати як позитивний, так і негативний вплив на діяльність підприємства, а саме на організацію його виробництва. Тому підприємство повинно постійно приймати рішення щодо визначення нової лінії поведінки в змінній ситуації, зміни шляхів досягнення поставлених цілей, а в деяких випадках і змін самих цілей, що визначається дією чинників зовнішнього середовища. Зміна ситуації для підприємства визначає необхідність його адаптації до цих чинників.

Питання для самоконтролю:

1. У чому полягає суть середовища функціонування підприємства?
2. Які фактори формують зовнішнє середовище підприємства?
3. Чи можуть фактори внутрішнього середовища впливати на зміну окремих елементів його зовнішнього середовища?
4. Проаналізуйте механізм впливу на підприємство постачальників і споживачів.
5. Охарактеризуйте елементи макросередовища підприємства.

Рекомендована література:

Гринчуцький В.І. Економіка підприємства: навчальний посібник. 2-ге видання. – Київ: Центр учбової літератури, 2019. – 304 с. (ст. 42-56).

Тема: Принципи та методи планування

Питання до розгляду:

1. *Принципи планування.*

2. *Методи планування.*

1. Принципи планування

Планування об'єднує структурні підрозділи підприємства загальною метою, надає усім процесам однонаправленість і скоординованість, що дозволяє найбільш повно і ефективно використовувати наявні ресурси, комплексно, якісно та якомога швидко вирішувати різноманітні завдання управління.

В нових умовах господарювання та переходу до ринкового регулювання підприємство самостійно здійснює весь комплекс планової роботи.

Процес планування в максимальній мірі має передбачити всебічне вивчення дійсності, тенденцій та закономірностей розвитку об'єкту планування та середовища його діяльності. Тому в планах підприємства повинні бути реалізовані вимоги законів та враховані об'єктивні результати макро- та мікроекономічного розвитку підприємства і сучасних умов господарювання.

У процесі планування діяльності на промислових підприємствах використовують такі **принципи**:

1. *Єдність* – взаємозв'язок усіх елементів системи, в т. ч. основного, допоміжного і обслуговуючих виробництв, функціональних служб на всіх рівнях управління.
2. *Безперервність* – пов'язаність планових показників на різних стадіях планування (координація прогнозування з перспективним і поточним плануванням) та за рівнями ієрархії й функціональними напрямками діяльності підприємства.
3. *Адаптивність* – можливість оперативного коригування плану в зв'язку зі зміною кон'юнктури ринку, вимог до якості продукції, підвищенням технічного оснащення.
4. *Обґрунтованість* – в основу планування покладається інформація про:
 - вимоги споживачів до технічного рівня і якості продукції;
 - ціни на продукцію;
 - можливі обсяги поставок сировини, матеріалів;
 - визначення основних напрямків розвитку;
 - визначення обсягів продажів та обсягів виробництва;
 - розрахунок і визначення економічних показників діяльності підприємства та його підрозділів;
 - розрахунок потреби в людських, матеріальних та фінансових ресурсах;
 - аналіз результатів діяльності.
5. *Оптимальність* – найбільш доцільне використання виробничих ресурсів (трудових, матеріальних, фінансових) шляхом обґрунтування найкращого варіанта плану діяльності з точки зору прийнятого критерію (частка ринку, максимізація прибутку, мінімізація витрат виробництва тощо).

2. Методи планування

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

Найбільш використовуваними **методами планування** є:

- *ресурсний* використовується при монопольному становленні підприємства на ринку або слабкій конкуренції; планові показники встановлюються виходячи із ресурсних можливостей підприємства;
- *статистичний*, при якому показники встановлюються з використанням середніх статистичних величин за даними минулих періодів;
- *факторний*, який визначає величини планових показників на підставі впливу факторів 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* передбачають оптимізацію плану підприємства за допомогою математичних залежностей і прийнятого критерію оптимізації;
- *графоаналітичний* передбачає використання графіків, діаграм при визначенні планових показників;
- *нормативний*, при якому планові показники встановлюються на основі використання прогресивних норм витрат ресурсів з урахуванням зміни цих норм у плановому періоді.

Найбільшу ефективність планової роботи забезпечує поєднання різних методів планування залежно від реальних умов внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

Питання для самоконтролю:

1. Для чого в процесі планування діяльності підприємства слід дотримуватись певних принципів?
2. Охарактеризуйте принципи планування.
3. Розкрийте суть поняття «методи планування».
4. Проведіть аналіз методів планування.
5. Чи доцільно в процесі планової роботи використовувати різні методи планування?

Рекомендована література:

Економіка підприємства: Навч. посібник / уклад. Н. В. Романченко, Т. В. Кожемякіна, К. В. Пічик. — Київ: НаУКМА, 2018. — 343 с. (ст. 54-57)

Тема: Маркетингове середовище підприємства

Питання до розгляду:

1. *Поняття маркетингового середовища.*
2. *Мікросередовище підприємства.*
3. *Макросередовище підприємства.*

1. Поняття маркетингового середовища

Маркетингове середовище підприємства – це сукупність активних суб'єктів і сил, які діють за межами підприємства і впливають на можливості служби маркетингу встановлювати та підтримувати з цільовими споживачами стосунки ділового співробітництва.

Маркетингове середовище підприємства складається з багатьох осіб та сил, які діють поза нею та впливають на розвиток і підтримку службами маркетингу взаємовигідних стосунків з цільовими споживачами. Маркетингове середовище створює можливості та загрози діяльності підприємства. Успішні компанії усвідомлюють, наскільки важливо постійно стежити за змінами маркетингового середовища і своєчасно адаптуватися до них.

Маркетингове середовище можна поділити на **мікросередовище** та **макросередовище**. Мікросередовище складається з сил і діючих осіб, з якими підприємство має безпосередній контакт і сукупність яких створює систему доставки споживчої цінності або впливає на здатність підприємства обслуговувати своїх цільових споживачів - саме підприємство, посередники, постачальники, конкуренти, споживачі та контактні аудиторії.

Макросередовище представлене більш загальним зовнішніми чинниками, що справляють вплив на все макросередовище: демографічними, економічними, технологічними, політичними і культурними.

2. Мікросередовище підприємства

Елементами мікросередовища є:

1. **Підприємство.** При розробці маркетингових планів співробітники відділу маркетингу співпрацюють з іншими підрозділами - вищим керівництвом, фінансовою службою, відділом закупок, виробничим відділом, бухгалтерією. Всі ці підрозділи утворюють внутрішнє середовище підприємства.
2. **Постачальники.** Постачальники надають підприємству ресурси, необхідні для виробництва товарів і послуг. Погано налагоджена робота з постачальниками може негативно вплинути на маркетингову діяльність.
3. **Маркетингові посередники.** Маркетингові посередники допомагають у просуванні, продажі та розподілі товару серед кінцевих споживачів. До маркетингових посередників відносяться: торгові посередники (гуртові, роздрібні компанії), компанії з організації товароруку (транспортні компанії, компанії зі складування товарів), агенції маркетингових послуг (рекламні агентства, посередницькі, консультативні компанії, фірми з організації

маркетингових досліджень), фінансові посередники (банки, страхові компанії, кредитні спілки).

4. **Клієнти.** Клієнтурними ринками можуть бути:

- *споживчий ринок* – окремі індивіди і домогосподарства;
- *ринок підприємств* – фірми, що купують товари для подальшої переробки;
- *ринок посередників* – фірми, що купують товари для їх продажу;
- *ринок державних установ* – урядові організації, що купують товари для їх передачі тим, хто їх потребує;
- *міжнародний ринок* – покупці з інших країн.

5. **Конкуренти.** Відповідно до концепції маркетингу, успіх матиме та компанія, яка створить вищу споживчу якість і задовольнить споживача краще ніж конкуренти.

6. **Контактні аудиторії.** Контактна аудиторія - це будь-яка група людей, яка виявляє фактичний та потенційний інтерес до підприємства чи впливає на досягнення нею своєї мети. До контактних аудиторій відносяться фінансові кола, засоби масової інформації, державні установи, громадські організації, місцева громадськість, суспільство в цілому, внутрішні контактні аудитори (співробітники, керівництво).

3. Макросередовище підприємства

На компанію та все її мікросередовище впливають потужні сили, сукупність яких називається макросередовищем. Існує шість основних сил макросередовища:

1. **Демографічне середовище** є головним об'єктом інтересу маркетингологів, оскільки демографічне середовище – це люди, а люди – це ринки.
2. **Економічне середовище.** Умовою існування ринків є не лише наявність певної кількості людей, а й відповідний рівень їх купівельної спроможності. На економічне середовище впливає зміна рівня доходів, та зміна структури витрат споживачів.
3. **Природно-географічне середовище** складається з природних ресурсів, які забезпечують сировиною промисловість і на які впливає діяльність людини. Маркетингологи повинні знати про основні зміни природного середовища:
 - неухильне виснаження запасів сировини;
 - забруднення довкілля;
 - посилення ролі держави у контролі за використанням природних ресурсів.
4. **Технологічне середовище.** Нові технології створюють нові ринки і нові можливості, витісняючи при цьому старі технології. Підприємства, які відстають від технологічного прогресу, приречені на випуск застарілих товарів, вони втрачають можливості щодо освоєння нових ринків.
5. **Політичне середовище.** Під політичним середовищем розуміють закони, державні установи і організації, групи впливу.
6. **Культурне середовище.** Під культурним середовищем розуміють соціальні інститути та інші сили, які впливають на основні цінності, переконання, переваги та норми поведінки у суспільстві.

Питання для самоконтролю:

1. Що таке маркетингове середовище фірми? Чому його необхідно досліджувати?
2. За якими чинниками розподіляються фактори маркетингового середовища?
3. Охарактеризуйте фактори належать до маркетингового макросередовища?
4. Які фактори належать до маркетингового мікросередовища?
5. Проаналізуйте природно-географічне середовище підприємства.

Рекомендована література:

Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. – Тернопіль : ЗУНУ, 2021. – 180 с (ст. 28-39)

Тема: Бізнес-план як різновид перспективного планування

Питання до розгляду:

1. *Суть і значення бізнес-планування.*
2. *Технологія формування бізнес-плану.*

1. Суть і значення бізнес-планування

У світовій практиці плани реалізації підприємницьких задумів та проектів отримали назву **бізнес-планів**.

Бізнес-план – це документ, який містить систему узгоджених з метою і ресурсами заходів, спрямованих на реалізацію підприємницького проекту.

У бізнес-плані розглядається комплекс заходів науково-технічного, технологічного, організаційного, фінансово-економічного та соціального характеру, що пов'язані з реалізацією підприємницького проекту. Бізнес-план – це активний робочий інструмент управління, в якому визначено оптимальні за часом та найменш ризиковані способи реалізації підприємницького проекту.

Метою будь-якого бізнес-плану:

1. Викласти задум на папері.
2. Знайти джерела фінансування.
3. Контролювати виконання проекту.

В ринковій системі господарювання **бізнес-план виконує такі функції:**

- *зовнішня* полягає в ознайомленні заінтересованих юридичних та фізичних осіб з головною ідеєю та очікуваною ефективністю реалізації нового бізнесового проекту;
- *внутрішня* полягає в опрацюванні механізму самоорганізації тобто цілісної та комплексної системи управління реалізацією підприємницького проекту.

Бізнес-план окреслює коло проблем, з якими зіштовхується підприємець при реалізації своєї програми задуму, проекту в умовах конкурентного середовища, формує та забезпечує шляхи їх вирішення.

Як розпочати свою справу відповідно до поставленої мети, як ефективно організувати виробництво та просування товарів на ринок, хто буде організовувати нове виробництво і коли будуть отримані перші доходи, як зменшити господарський ризик, вижити і перемогти в конкурентній боротьбі – відповіді на ці та інші запитання управління, фінансування підприємець повинен отримати при розробці бізнес-плану.

Отже, бізнес-план допомагає реально оцінити ідею, втілити її у відповідну документацію, визначити ефективність, найбільш слабкі сторони проекту та керувати процесом його реалізації.

2. Технологія формування бізнес-плану

Розробка бізнес-плану – тривалий та трудомісткий процес, який вимагає певних коштів та витрат часу. Тому одним з факторів його ефективності є досконала організація розробки. Правильна та раціональна розробка бізнес-плану передбачає:

1. Забезпечення взаємозв'язку та узгодженості в розробці окремих розділів документу.
2. Чіткий розподіл обов'язків між виконавцями.
3. Забезпечення розробки бізнес-плану в певні терміни.
4. Багатоваріантність планування та вибір оптимального проекту.
5. Доведення основних положень документу до всіх зацікавлених осіб.

До основних завдань розробки бізнес-плану належать:

- оцінка новизни і прогресивності підприємницької ідеї, її сильних та слабких сторін;
- визначення витрат, фінансових ресурсів і джерел фінансування;
- обґрунтування і вибір стратегії діяльності фірми, визначення концепції її розвитку в період реалізації підприємницької ідеї;
- оцінка кон'юнктури ринку та рівня конкуренції; визначення ступеня можливого господарського ризику;
- пошук надійних партнерів для розробки й реалізації інноваційно-інвестиційного проекту;
- прогнозування (приблизні розрахунки) очікуваних результатів реалізації нової підприємницької ідеї в перші та наступні три-п'ять років.

Розробка бізнес-плану здійснюється в такі етапи:

1. *Початковий період*, на якому здійснюється пошук перспективної підприємницької ідеї, вибір сфери діяльності.
2. *Підготовчий період*, на якому здійснюється підбір виконавців, консультантів, експертів, постановка завдання та розподіл обов'язків між виконавцями, збір вихідної інформації.

Джерелами отримання інформації є:

- власний досвід діяльності у виробничій сфері;
 - безпосередні контакти з майбутніми споживачами і постачальниками;
 - відомості про конкурентів;
 - статистична інформація про стан тенденції розвитку галузі;
 - поточні, аналітичні огляди економічної та ринкової ситуації;
 - рекламні матеріали, матеріали виставок, ярмарки;
 - публікації з питань розвитку підприємництва.
3. *Безпосередня розробка бізнес-плану* – творчий, взаємоузгоджений процес, який передбачає багатоваріантність розрахунків, узгодження окремих розділів, уточнення вихідної інформації.
 4. *Презентація бізнес-плану* – процес доведення основних положень документу до потенційних інвесторів, зацікавлених сторін, працівників підприємства. Презентація може здійснюватися в різних формах, а саме:
 - розсилання бізнес-плану потенційним інвесторам;
 - усна презентація, яка повинна переконати інвесторів та викликати довіру до майбутньої справи.

Вимоги до стилю написання бізнес-плану:

1. Бізнес-план пишеться від третьої особи.
2. Бізнес-план повинен бути стислим, простим, але розкривати сутність підприємницького проекту;
3. Бізнес-план повинен бути функціональним, тобто містити лише корисну інформацію, яка зацікавить або може зацікавити читача.

4. Бізнес-план повинен готуватися на реалістичних припущеннях, прогнози та передбачення потрібно підкріпити посиланнями на тенденції та пропорції розвитку галузі, на досвід діяльності конкурентів.
5. Бізнес-план повинен бути легким для сприйняття, чітким і логічним, щоб в ньому можна було знайти потрібну інформацію.
6. В бізнес-плані рекомендується уникати суто технічних описів продукції, потрібно користуватися загально відомими термінами, інформацію викладати в діловому стилі.

Зміст і структура бізнес-плану не регламентується нормативними чи інструктивними документами. Проте, практика розвитку підприємництва та розробка бізнес-планів визначила потребу в таких *основних його елементах*:

1. Титульний аркуш.
2. Зміст бізнес-плану.
3. Резюме.
4. Галузь, фірма та її продукція (послуги):
5. Дослідження ринку:
6. План маркетингової діяльності:
7. Виробничий план:
8. Організаційний план:
9. Оцінка ризиків:
10. Фінансовий план:
11. Додатки.

Питання для самоконтролю:

1. Які найважливіші функції виконує бізнес-план у ринковій системі господарювання?
2. Назвіть два напрямки застосування бізнес-плану в межах його внутрішньої функції?
3. У чому полягає специфіка бізнес-плану?
4. Наведіть перелік головних питань, які повинні бути окреслені у бізнес-плані.
5. Які заходи для просування продукції можуть використовуватися та відображатися у бізнес-плані?

Рекомендована література:

Іванілов О. С. Економіка підприємства: навчальний посібник. – Київ: Центр учбової літератури, 2019. – 728 с. (ст. 142-175).

Тема: Оперативно-виробниче планування

Питання до розгляду:

- 1. Суть, завдання і зміст оперативно-виробничого планування.**
- 2. Види і системи оперативно-виробничого планування.**
- 3. Складання оперативно-виробничих планів на підприємствах різного типу виробництва.**

1. Суть, завдання і зміст оперативно-виробничого планування

Важливим етапом внутрішньовиробничого планування є складання оперативних планів виробничо-господарської діяльності підприємства на поточний період.

Оперативне планування забезпечує:

1. Своєчасне та якісне виконання поточних завдань, передбачених річними планами діяльності підприємства.
2. Ритмічне виробництво відповідно до встановлених обсягів, номенклатури, термінів виготовлення продукції та її поставки споживачам.
3. Раціональний розподіл ресурсів - технічних, матеріальних, трудових, фінансових.
4. Конкретизацію і доведення завдань цехам, дільницям, бригадам, робочим місцям з регламентацією виконання.
5. Розробку календарно-планових нормативів – тривалості виробничого циклу, оптимального розміру партії деталей і випуску продукції.
6. Своєчасне забезпечення робочих місць сировиною, матеріалами, комплектуючими виробами, напівфабрикатами, інструментами.
7. Контроль і регулювання ходу виробничого процесу та роботи підприємства.

Виконання цих завдань забезпечить чітку, ритмічну роботу всіх структурних підрозділів підприємства, своєчасний випуск продукції відповідно до встановлених термінів, стабільність діяльності підприємства.

Оперативно-виробниче планування – це поточна діяльність планово-виробничих служб підприємства впродовж короткого періоду часу, пов'язана з розподілом робіт між структурними підрозділами, забезпечення їх необхідними ресурсами, оперативним регулюванням виробничого процесу для реалізації поставлених завдань.

Оперативно-виробниче планування на підприємстві здійснюється в такі етапи:

- попередні розрахунки;
- складання планових завдань і графіків;
- внесення змін в оперативні плани і графіки.

Система оперативно-виробничого планування включає сукупність основних елементів:

1. Вибір та обґрунтування планово-облікових одиниць для кожного структурного підрозділу підприємства.
2. Формування цехових і дільничних виробничих завдань (програм).
3. Розрахунки завантаження устаткування і виробничих площ.

4. Розробка календарно-планових нормативів зводиться до нормування ходу роботи виробничого процесу в часі.
5. Календарні графіки проходження замовлень у виробництво.

2. Види і системи оперативно-виробничого планування.

Оперативно-виробниче планування виконується:

- в масштабі підприємства;
- за цехами основного і допоміжного виробництва фахівцями виробничо-диспетчерської служби;
- в масштабі окремих цехів- виробничо-диспетчерським бюро або диспетчером цеху спільно зі спеціалістом виробничого відділу.

В залежності від сфери застосування та об'єктів планування розрізняють: заводський, цеховий, дільничний види оперативно-виробничих планів.

Заводське планування передбачає встановлення загальних параметрів, взаємопов'язаних виробничих завдань цехам, забезпечення узгодженості у їх роботі над виконанням виробничого завдання, координацію роботи основних і допоміжних цехів, проектно-технологічних, планово-економічних та інших функціональних служб підприємства.

Змістом цехового і дільничного планування є:

- розробка планів-графіків для виробничих дільниць; робочих місць;
- складання планових завдань на короткі терміни (робочий день, тиждень, декаду, місяць);
- оперативний контроль і координація роботи дільниць, робочих місць, ліній.

У сучасному виробництві широко застосовуються різні системи оперативного планування.

Система оперативно-виробничого планування – це сукупність методик і технологій планової роботи, які характеризуються рівнем централізації управління, об'єктом регулювання, переліком календарно-планових показників, характером руху продукції у виробництві.

Найголовнішими системами є:

1. **Подетальна система планування** призначена для умов стабільного, високоорганізованого виробництва. В основі цієї системи лежить планування такту і ритму роботи потокових ліній, виробничих дільниць, правильне визначення нормальних технологічних, транспортних, страхових запасів та підтримання розмірів їх на розрахунковому рівні.

Застосування цієї системи вимагає розробки складних календарних планів за всіма операціями технологічного процесу випуску продукції. Тому цю систему планування використовують при обмеженій і стійкій номенклатурі продукції в умовах серійного і крупносерійного виробництва.

2. **Позамовна система оперативного планування** застосовується переважно в одиничному та дрібносерійному виробництві з його різноманітною номенклатурою продукції і незначними обсягами робіт. Об'єктом планування в цьому випадку є замовлення, яке включає декілька типових робіт. Ця система планування базується на розрахунках тривалості виробничого циклу.

3. *Покомплектна система* застосовується у серійному машинобудівному виробництві. Планово-обліковою одиницею служать вузли, сформовані за певними ознаками.

3. Складання оперативно-виробничих планів на підприємствах різного типу виробництва

Зміст планування та регулювання виробництва залежить від його типу.

Характерною ознакою підприємства з *масовим типом виробництва* є високий рівень спеціалізації робочих місць, постійне закріплення за ними певних виробів, що дозволяє планувати запуск і випуск по кожній назві деталей відповідно до потреби в них на конвейері. За цих умов оптимальною вважається система планування за ритмом випуску. Вона передбачає вирівнювання продуктивності спряжених ланок виробництва відповідно до такту випуску готового продукту.

Основною планово-обліковою одиницею в цій системі для заготівельних, обробних цехів є деталь, а для збірних – готовий виріб. Основною ланкою планування служить потокова лінія. Основними калентарними нормативами є такт, швидкість потокової лінії.

Відповідно до річних, квартальних і місячних планів випуску продукції в натуральному виразі з врахуванням календарно-планових нормативів розробляються календарні плани і графіки.

На підприємствах *серійного типу виробництва* зі стабільною номенклатурою виготовлення виробів їх випуск здійснюється рівномірно. На кожному робочому місці обробляються вироби кількох видів.

Об'єктом оперативно-виробничого планування служить партія деталей. Оптимальною вважається комплектна та подетальна система планування за рівнем забезпеченості і за добовим графіком.

На підприємствах *одиничного типу виробництва* замовлення постійно змінюються, що укладнює міжцехове, цехове планування, призводить до нерівномірності завантаження устаткування по видах робіт. В цих умовах застосовується послідовний вид руху деталей, що викликає тривалі міжопераційні і міжцехові перерви в роботі. Основною вимогою до оперативно-виробничого планування в одиничному виробництві є раціональна організація руху предметів праці.

Об'єктом планування є замовлення, до термінів виконання якого входить час виробництва, випробування, технічна підготовка. На підприємствах одиничного типу використовуються такі системи:

1. Позамовна (при короткому циклі складання виробу).
2. Комплектно-вузлова і комплектно-групова (при тривалості складального циклу понад 1 місяць).
3. «На склад» (при виробництві уніфікованих деталей).

Терміни випуску продукції і тривалість виробничого циклу лежать в основі всіх календарних розрахунків.

Питання для самоконтролю:

1. Що таке «оперативно-виробниче планування»? Охарактеризуйте його складові.
2. Дайте характеристику основних видів оперативно-виробничого планування.
3. Розкрийте суть системи оперативно-виробничого планування.
4. Від чого залежить зміст планування та регулювання виробництва?
5. Що є об'єктом планування в одиничному, серійному та масовому виробництвах?

Рекомендована література:

Яркіна Н.М. Економіка підприємства : Навч. посіб. / Н. М. Яркіна. – Вид. 2-ге перероб. і доп. – К. : Видавництво Ліра-К, 2022. – 596 с. (ст. 147-148).

Тема: Кадрова політика підприємства

Питання до розгляду:

- 1. Поняття і значення сучасної кадрової політики підприємства.***
- 2. Фактори, що впливають на формування кадрової політики підприємства.***

1. Поняття і значення сучасної кадрової політики підприємства

Кадрова політика – це сукупність принципів, методів, форм, заходів і процедур із формування, відтворення, вдосконалення та використання персоналу, створення оптимальних умов праці, її мотивації та стимулювання.

Сучасна кадрова політика підприємства повинна бути спрямована на ринкові умови господарювання. *Головна її мета* полягає в забезпеченні сьогодні і в майбутньому кожного робочого місця, кожної посади персоналом відповідних професій та спеціальностей і належної кваліфікації.

Досягнення кінцевої мети кадрової політики суб'єктом господарювання має передбачати виконання таких *основних функцій*:

1. Розробка і корекція стратегії формування і використання трудового потенціалу відповідно до змін в умовах господарювання.
2. Набір і формування необхідних категорій персоналу.
3. Підготовка персоналу до відповідної професійної діяльності (підвищення кваліфікації, просування на службі).
4. Оцінка персоналу (контроль відповідності персоналу конкретним потребами виробництва, висунення на певну посаду).
5. Мотивація дотримання належного режиму трудової діяльності та високої продуктивності праці.
6. Забезпечення соціальної захищеності персоналу підприємства.
7. Реалізація постійних контрактів між керівництвом і представниками трудових колективів.

Ці та деякі інші функції на підприємстві виконують усі керівники, а також деякі функціональні відділи та окремі спеціалісти і менеджери: відділ кадрів, відділ праці та заробітної плати, відділ технічної освіти, відділ управління персоналом та ін.

2. Фактори, що впливають на формування кадрової політики підприємства

На *формування кадрової політики підприємства впливає ряд чинників*, які поділяють на:

- 1. Внутрішні:***
 - ціль підприємства;
 - стиль управління;
 - якісні характеристики трудового колективу;
 - умови праці;
 - тип влади;
 - імідж підприємства.
- 2. Зовнішні:***

- національне трудове законодавство;
- особливості сфери бізнесу;
- стан економічної кон'юнктури;
- ситуація на ринку праці;
- культурні традиції;
- рівень регулювання соціально-трудових відносин в галузі.

Формування ефективної кадрової політики на промислових підприємствах в сучасних умовах має важливе значення, адже добре організована кадрова політика забезпечує своєчасне комплектування кадрами робочих місць, безперебійне функціонування виробництва, своєчасне освоєння нової продукції, формування необхідного рівня трудового потенціалу колективу промислового підприємства.

Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення поняття «кадрова політика».
2. У чому полягає головна мета сучасної кадрової політики підприємства?
3. Назвіть основні функції, необхідні для досягнення мети кадрової політики суб'єктом господарювання.
4. Хто на підприємстві виконує роботу з кадрами?
5. Які чинники впливають на формування кадрової політики підприємства? Дайте їм характеристику.

Рекомендована література:

Іванілов О. С. Економіка підприємства: навчальний посібник. – Київ: Центр учбової літератури, 2019. – 728 с. (ст. 227-237).

Тема: Моделі та методи мотивації праці

Питання до розгляду:

1. Методи мотивації праці.

3. Принципи забезпечення мотивації праці.

1. Мотивація та її види

Соціально-економічною основою поведінки та активізації зусиль персоналу підприємства, організації, що спрямовані на підвищення результативності їхньої діяльності, завжди є мотивація праці.

Мотивація – це процес стимулювання окремої людини або групи людей до діяльності, що направлена на досягнення індивідуальних та загальних цілей організації (підприємства).

Мотивація на рівні підприємства має базуватися на таких вимогах:

- надання рівних можливостей щодо зайнятості і службового просування;
- узгодження рівня оплати праці за її результатами та визнання особистого внеску у загальний успіх;
- захист здоров'я працюючих;
- можливість творчої реалізації працівника;
- підтримка в колективі атмосфери довіри.

Мотивація праці здійснюється *методами* – це конкретні заходи, які використовуються для спонукання співробітників до ефективної роботи. До таких методів належать:

1. **Економічні і грошові (прямі)** – виплата заробітної плати, премій, доплат, надбавок, заохочувальних та компенсаційних виплат.

При цьому заробітна плата повинна відбивати оцінку внеску працівника в результати діяльності підприємства (абсолютна величина і співвідношення з рівнем оплати інших працівників підприємства). Заробітна плата повинна бути порівнянна і конкурентоздатна з оплатою праці на аналогічних підприємствах, галузі і регіону. Заробіток працівника визначається в залежності від його кваліфікації, особистих здібностей і досягнень у праці і включає різні доплати, преміальні виплати. До заробітку можуть бути приплюсовані доходи від участі у виробництві й акціонерному капіталі підприємства, а також оплата за навчання і за відсутність невиходів на роботу. Найважливішим способом стимулювання праці є заробітна плата.

2. **Економічні грошові (непрямі):**

- субсидоване і пільгове харчування;
- продаж продукції підприємства своїм працівникам зі знижкою;
- повна або часткова оплата проїзду до місця роботи і назад;
- надання своїм працівникам безпроцентних позичок або позичок з низьким рівнем відсотка;
- надання права користування транспортом підприємства;
- пільгове користування житлом;
- сплата лікарняних аркушів понад визначений рівень;

- збереження здоров'я працівника за рахунок засобів підприємства;
- надбавки і доплати за безперервний стаж роботи на підприємстві.

3. *Негрошові методи* – просування по службі, гнучкі графіки роботи, участь працівників в управлінні підприємством, право постановки підпису, особистого клейма, персональні привітання з нагоди сімейних свят, корпоративні празники, інформація в багатотиражках і на спеціальних стендах, внесення імені книгу пошани підприємства, нагородження грамотами, почесними знаками, туристичні поїздки, стажування, голос при рішенні соціальних проблем, консультування, делегування повноважень тощо.

Центральним у теорії мотивації є термін «винагорода». ***Винагорода*** – це усе те, що людина вважає коштовним для себе. Так як поняття цінності в кожного своє, а отже різною є й оцінка винагороди. Це визначає основу діючих моделей мотивації праці в:

- індивідуальній формі
- груповій формі
- методів винагороди

Грошова винагорода є домінуючим у системі мотивації, але воно не може бути єдиною метою праці і є ефективним при застосуванні в самій системі мотивації.

Дослідження показують, що задоволеність працівників матеріальними умовами праці далеко не у всіх випадках приводить до збільшення продуктивності праці.

Як показує практика, *найбільш ефективними стимулюючими факторами мотивації виступають:*

- відповідність виконуваної роботи потребам людини у визнанні його як особистості
- можливість самореалізації

2. Принципи мотивації праці

Із метою ефективної дії мотиваційних підходів до управління трудовими ресурсами, важливо забезпечити дотримання на підприємствах (організаціях) таких основних принципів:

1. Підбір працівників, формування здорового, сприятливого доброзичливого клімату у виробничому колективі.
2. Сприйняття працівника як особистості, повага до нього, його потреб і інтересів.
3. Створення безпечних, комфортних умов праці.
4. Створення умов та надання однакових можливостей для професійного росту працівників.
5. Забезпечення відповідності винагороди працівника результатам його праці.
6. Справедливий розподіл доходів, участь працівників у прибутках.
7. Залучення працівників до управління виробництвом.
8. Забезпечення працівника на підприємстві не лише матеріально, а й морально-соціальної захищеності працівника.
9. Турбота про соціальний розвиток колективу.

Оскільки сьогодні рушійними мотивами трудової діяльності є мотиви матеріальні, то, відповідно, працівники зацікавлені у працевлаштуванні саме на тих підприємствах та організаціях, де забезпечують найбільш високу заробітну

плату. Підтримання заробітної плати на високому рівні, зростання її частки в загальних витратах виробництва спонукають керівництво до вдосконалення виробництва, формування нової стратегії діяльності.

Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення поняття «мотивація».
2. Назвіть основні види мотивації.
3. Що передбачають економічні методи мотивації?
4. Розкрийте суть неекономічних методів мотивації праці.
5. Охарактеризуйте принципи забезпечення мотивації праці.

Рекомендована література:

Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 700 с. (ст. 204-206).

Тема: Шляхи підвищення ефективності використання основних засобів підприємства

Питання до розгляду:

- 1. Напрями підвищення ефективності використання основних засобів.***
- 2. Шляхи підвищення ефективності використання основних засобів.***

1. Напрями підвищення ефективності використання основних засобів

Головною ознакою підвищення рівня ефективного використання основних засобів будь-якого підприємства є зростання обсягу виробництва продукції. Кількість же виробленої продукції за наявних на підприємстві машин і устаткування залежить, із одного боку, від часу їх продуктивної роботи протягом доби, місяця або року, тобто, від екстенсивного завантаження, а з іншого – від ступеня використання засобів праці за одиницю часу (інтенсивне навантаження). Таким чином, розрізняють такі ***напрями підвищення ефективності використання основних засобів:***

- 1. Екстенсивний***, суть якого полягає у збільшенні часу роботи основних засобів. Зокрема, важливе значення повинно надаватися насамперед таким, які спрямовані на підвищення змінності роботи устаткування. У зв'язку з цим, на підприємствах повинна зростати питома вага прогресивного нового устаткування, удосконалюватись організація функціонування виробничої інфраструктури, що сприятиме поліпшенню технічного обслуговування основних підрозділів підприємства, перерозподілу працюючих у його межах, вивільненню робітників в допоміжних виробництвах і залучення їх після відповідної підготовки до роботи в основних цехах, щоб підвищити змінність наявного у них устаткування, а також розширення зони багатOVERSTATного обслуговування та суміщення професій.
- 2. Інтенсивний*** – підвищення віддачі засобів праці на одиницю часу. Вирішальне значення для підвищення рівня інтенсивного використання основних засобів повинно бути відведено своєчасній заміні і модернізації морально застарілого устаткування; удосконаленню організації матеріально-технічного забезпечення підприємств та технічного обслуговування сучасних систем машин; запровадження прогресивних форм організації виробництва і праці; застосування сучасних ефективних систем матеріального стимулювання робітників та інженерно-технічних працівників; залучення інвестиційних ресурсів вітчизняних і зарубіжних інвесторів для модернізації матеріально-технічної бази підприємств; широке застосування лізингових операцій.

2. Шляхи підвищення ефективності використання основних засобів

Основними ***шляхами підвищення ефективності використання основних засобів*** підприємства є:

- покращення складу, структури і стану основних засобів підприємства;
- удосконалення планування, управління й організації праці та виробництва;

- зниження фондомісткості, підвищення фондовіддачі та продуктивності праці на підприємстві;
- покращення та розвиток систем матеріального та морального стимулювання праці та ін.

Питання для самоконтролю:

1. Назвіть напрями підвищення ефективності використання основних засобів в сучасних умовах господарювання.
2. У чому полягає суть екстенсивного напрямку ефективності використання основних засобів? Дайте йому характеристику.
3. Охарактеризуйте інтенсивний напрям ефективності використання основних засобів.
4. Що є основними шляхами підвищення ефективності використання основних засобів?

Рекомендована література:

Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства : навч. посіб. 2-ге вид. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 488 с. (ст. 250-251).

Тема: Виробнича потужність підприємства

Питання до розгляду:

1. *Види виробничої потужності та чинники, що її визначають. Методика розрахунку виробничої потужності.*
2. *Система показників виробничої потужності.*

1. Види виробничої потужності та чинники, що її визначають. Методика розрахунку виробничої потужності

Запланована виробнича програма підприємства повинна пройти ресурсне обґрунтування, тобто визначення її забезпеченості виробничими потужностями, трудовими, матеріальними та інвестиційними ресурсами.

Виробнича потужність – це максимально можливий обсяг випуску продукції підприємством за певний період (зміну, добу, місяць) у встановленій номенклатурі і асортименті під час повного завантаження обладнання і виробничих площ.

Виробнича потужність визначається в натуральних одиницях за обмеженої номенклатури та у вартісному виразі за широкого асортименту. Як правило, виробнича потужність розраховується в тих одиницях, в яких планується випуск продукції.

Розрізняють такі види виробничої потужності:

1. *Перспективна виробнича потужність* характеризує очікувані в плановому періоді зміни номенклатури і асортименту продукції, технології та організації виробництва.
2. *Проектна виробнича потужність* – це величина можливого випуску продукції умовної номенклатури в одиницях часу, задану під час проектування чи реконструкції виробничої одиниці.
3. *Резервна виробнича потужність* формується і постійно існує на підприємствах певних галузей народного господарства для забезпечення потреб в їх продукції в періоди великих навантажень.
4. *Поточна (діюча) виробнича потужність* підприємства (цеху, дільниці, лінії) характеризує його потенційну здатність виробляти протягом певного календарного періоду передбачену планом максимально можливу кількість продукції. Поточну виробничу потужність характеризують такі показники:
 - потужність на початок планового періоду (*вхідна*);
 - потужність на кінець планового періоду (*вихідна*) розраховується за формулою:

$$ВП_{вих.} = ВП_{вх.} + ВП_{вв.} - ВП_{вив.},$$

де $ВП_{вх.}$ – виробнича потужність на початок періоду (*вхідна*), *грн.*;

$ВП_{вв.}$ – введена виробнича потужність, *грн.*;

$ВП_{вив.}$ – виробнича потужність на кінець періоду (*вихідна*), *грн.*;

- середньорічна виробнича потужність розраховується за формулою:

$$ВП_{cp.} = ВП_{ex.} + ВП_{ев.} \cdot \frac{k}{12} - ВП_{ив.} \cdot \frac{12 - k}{12},$$

де k – кількість місяців експлуатації обладнання з певною потужністю протягом року.

Величина виробничої потужності формується під впливом таких факторів:

- кількість та якість діючого устаткування;
- продуктивність устаткування і пропускна здатність виробничих площ за одиницю часу;
- номенклатура та асортимент продукції, що виготовляється;
- режим роботи підприємства (змінність та тривалість однієї зміни, перервне чи безперервне виробництво);
- кваліфікаційний рівень робітників;
- структура і величина основних засобів;
- рівень організації виробництва та праці;
- фонд робочого часу обладнання.

Виробнича потужність визначається за всією номенклатурою виробленої продукції і встановлюється виходячи з потужності провідних цехів основного виробництва.

У загальному вигляді виробничу потужність підприємства (цеху, дільниці) можна визначити за формулою:

$$ВП = \frac{\Phi_{\partial}}{t_{um}},$$

де Φ_{∂} – дійсний (ефективний) фонд часу роботи обладнання, год.;
 t_{um} – час на виготовлення одиниці продукції, хв.

Дійсний (ефективний) фонд часу роботи одиниці устаткування визначається за формулою:

$$\Phi_{\partial} = \Phi_n \cdot k_{\epsilon},$$

де Φ_n – номінальний фонд робочого часу обладнання, год.;
 k_{ϵ} – коефіцієнт корисного використання обладнання.

Номінальний фонд робочого часу обладнання визначається за формулою:

$$\Phi_n = (D_k - D_{\epsilon} - D_{cv}) \cdot F_{zm} \cdot z - c,$$

де D_k – кількість календарних днів у році;
 D_{ϵ} – кількість вихідних днів у році;
 D_{cv} – кількість святкових днів у році;
 F_{zm} – тривалість робочої зміни, год.;
 z – режим роботи підприємства (кількість змін);
 c – сумарна кількість годин, на які скорочені робочі дні перед святами.

Коефіцієнт корисного використання враховує запланований відсоток втрат часу для ремонту і визначається за формулою:

$$k_{\kappa} = 1 - \frac{a_p}{100},$$

де a_p — запланований відсоток втрат часу на ремонт, % ($a_p = 3-5\%$).

2. Система показників виробничої потужності

Об'єктивну оцінку раціональності використання технологічного устаткування, а також наявних резервів підвищення його завантаження, можна отримати за допомогою групи **показників, що характеризують рівень використання устаткування**, до яких належать такі коефіцієнти:

- коефіцієнт змінності роботи устаткування;
- коефіцієнт завантаження устаткування;
- показник середнього часу роботи однієї машини.

Коефіцієнт змінності роботи устаткування показує кількість змін, відпрацьованих кожною одиницею устаткування протягом дня, місяця. Даний коефіцієнт визначається за формулою:

$$k_{зм} = \frac{\sum T}{O_{вст.} \cdot F_{\partial}},$$

де $\sum T$ — **сумарна фактична трудомісткість продукції, маш./год.;**
 $O_{вст.}$ — **кількість одиниць встановленого обладнання, шт.**

Коефіцієнт завантаження устаткування характеризує його пропускну спроможність і визначається за формулою:

$$k_{зав} = \frac{\sum T}{O_{вст.} \cdot F_{\partial} \cdot z}.$$

Важливим моментом в аналізі використання устаткування є визначення середнього часу його роботи. Показник, який характеризує **середній час роботи однієї машини**, визначається за формулою:

$$T_{cp} = \frac{\sum T}{O_{вст.}}.$$

Будь-який із названих вище показників відображає використання технологічного обладнання, яке визначає величину виробничої потужності.

Кількість устаткування, необхідного для складання річної програми виробів, визначається за формулою:

$$O_{вст} = \frac{N_{пл.} \cdot t_{ум}}{60 \cdot \Phi_{\delta}}.$$

Питання для самоконтролю:

1. Охарактеризуйте види виробничої потужності підприємства.
2. Під впливом яких факторів формується величина виробничої потужності?
3. Яка методика визначення виробничої потужності?
4. Що показує коефіцієнт змінності роботи устаткування?
5. Що характеризує коефіцієнт завантаження устаткування?

Рекомендована література:

Гринчуцький В.І. Економіка підприємства: навчальний посібник. 2-ге видання. – Київ: Центр учбової літератури, 2019. – 304 с. (ст. 226-223).

Тема: Резерви підвищення ефективності використання оборотних коштів

Питання до розгляду:

1. *Шляхи та резерви підвищення ефективності використання оборотних коштів.*
2. *Абсолютне та відносне вивільнення оборотних засобів.*

1. Шляхи та резерви підвищення ефективності використання оборотних коштів

Ефективне використання оборотного капіталу відіграє велику роль у забезпеченні безперервної роботи підприємства, підвищенні рівня рентабельності виробництва і залежить від безлічі факторів.

У сучасних умовах значний негативний вплив на зміну ефективності використання оборотних коштів і уповільнення їх оборотності чинять фактори кризового стану економіки:

- зниження обсягів виробництва і споживчого попиту;
- високі темпи інфляції; зниження доступу до кредитів внаслідок високих банківських відсотків.

Ці фактори впливають на використання оборотного капіталу незалежно від інтересів організації.

У системі заходів, спрямованих на підвищення ефективності роботи підприємства і зміцнення його фінансового стану, важливе місце займають питання раціонального використання оборотних засобів. Ефективне використання оборотних засобів є одним із резервів підвищення ефективності діяльності підприємства і повинно забезпечуватись прискоренням їх оборотності на всіх стадіях кругообігу: створення виробничих запасів, незавершеного виробництва і обігу.

Підприємства можуть *підвищити ефективність використання оборотних засобів за рахунок таких заходів:*

- зменшення термінів виготовлення продукції в результаті механізації робіт, удосконалення технологічних процесів, ширшого застосування конструкцій, агрегатів та напівфабрикатів;
- зменшення виробничих запасів у результаті покращення організації матеріально-технічного постачання, зменшення дальності їх транспортування;
- економії матеріальних ресурсів, кращого їх зберігання та обліку, суворого дотримання норм витрат матеріалів на одиницю продукції;
- удосконалення розрахунків замовниками та інших заходів щодо поліпшення фінансової та платіжної дисципліни;
- упорядкування ціноутворення, застосування дійової системи економічного стимулювання.

Прискорення оборотності оборотних засобів, з одного боку, зумовлює збільшення обсягу виробленої продукції на кожну грошову одиницю поточних витрат підприємства, а з другого – дає можливість вивільнити частину цих коштів і за їх рахунок створити додаткові резерви для розширення виробництва.

До внутрішніх резервів підвищення ефективності використання оборотних коштів, на які підприємство може активно впливати, належать:

- раціональна організація виробничих запасів (впровадження управлінського інструменту «планування обсягів продажів і операцій» одночасно з автоматизацією системи планування і обліку запасів, застосування обґрунтованих норм запасів, покращення організації постачання запасів, тощо);
- скорочення терміну перебування оборотних коштів в незавершеному виробництві (зменшення тривалості циклу виробництва основної продукції за рахунок застосування нової техніки і технології, використання сучасних та більш дешевих конструкційних матеріалів, підвищення продуктивності праці, зменшення часу перебування деталей в заділах);
- ефективна організація обігу (підвищення ефективності роботи служби маркетингу, раціональна організація продажів, вдосконалення системи розрахунків, запобігання зростанню дебіторської заборгованості, наближення виробників продукції до її споживачів, систематичний контроль за оборотністю засобів у розрахунках, виконання замовлень за допомогою прямих зв'язків).

2. Абсолютне і відносне вивільнення оборотних засобів

Унаслідок підвищення ефективності використання оборотних коштів відбувається прискорення їх оборотності, як результат – зменшується потреба в оборотних коштах, відбувається процес вивільнення цих коштів з обороту.

Порівнюючи показники обороту оборотних засобів за два суміжні періоди або фактичного з плановим, можна визначити зміну оборотних засобів, спричинених прискоренням або уповільненням їх оборотності.

Внаслідок прискорення оборотності оборотних засобів з обороту частина їх вивільняється, а при сповільненні – в оборот залучаються додаткові засоби.

Вивільнення оборотних засобів завдяки прискоренню їх оборотності може бути *абсолютним і відносним*.

Абсолютне вивільнення оборотних засобів відображає пряме зменшення залишків оборотних засобів порівняно з їх нормативом при збереженні або підвищенні обсягів реалізації продукції за розрахунковий період.

Відносне вивільнення оборотних засобів з обороту відображає стабільність або зростання оборотних засобів під час зростання обсягів реалізації продукції. При цьому темпи зростання обсягів реалізації продукції випереджають темпи зростання залишків оборотних засобів.

Суму вивільнених у результаті прискорення оборотності оборотних засобів можна обчислити за формулою:

$$\Delta\Phi_{об.} = \frac{Q_{реал.зв.}}{360} \cdot (T_{об.баз.} - T_{об.зв.}),$$

де ***Q_{реал.зв.}*** – обсяг реалізованої продукції у звітному періоді, грн.;

T_{об.баз.}, – тривалість одного обороту оборотних засобів відповідно у

базовому періоді, *днів*.
Тоб.3в. – тривалість одного обороту оборотних засобів відповідно у звітному періоді, *днів*.

Питання для самоконтролю:

1. Назвіть основні фактори негативного впливу на зміну ефективності використання оборотних коштів.
2. Охарактеризуйте шляхи підвищення ефективності використання оборотних засобів підприємства.
3. Проаналізуйте внутрішні резерви підвищення ефективності використання оборотних засобів.
4. У чому полягає суть абсолютного вивільнення оборотних засобів?
5. Охарактеризуйте відносне вивільнення оборотних засобів.

Рекомендована література:

Економіка підприємства: Навч. посібник / уклад. Н. В. Романченко, Т. В. Кожемякіна, К. В. Пічик. — Київ: НаУКМА, 2018. — 343 с. (ст. 167-170).

Тема: Патентно-ліцензійна діяльність підприємств

Питання до розгляду:

1. **Правова охорона об'єктів промислової власності.**
2. **Правова охорона об'єктів авторського права.**

1. Правова охорона об'єктів промислової власності.

Нематеріальні ресурси за формою охорони прав поділяються на дві основні групи:

- об'єкти патентного права (права промислової власності);
- об'єкти авторського права.

Для правової охорони об'єкта промислової власності необхідно подати заявку до Держпатенту України, яка проходить належну експертизу, і за певних умов отримати правоохоронний документ (патент).

Патент – це техніко-юридичний документ, який засвідчує визнання заявленої пропозиції винаходом, корисною моделлю чи промисловим зразком, авторство на них, пріоритет і право власності на зазначені об'єкти.

Патент можна продати, на його підставі видати ліцензію, використати як внесок до статутного фонду або інвестиції в будь-яке підприємство.

Для використання об'єкта патентного права необхідно отримати патентну ліцензію.

Патентна ліцензія – це наданий власником патенту дозвіл на використання технічної документації або запатентованих винаходів.

Продаж ліцензій оформлюється ліцензійним договором, який передбачає умови продажу ліцензії, її оплати, права і обов'язки продавця (ліцензіара) і покупця (ліцензіата).

На практиці здебільшого використовують два види ліцензійних договорів: *виключна ліцензія* та *невиключна або проста ліцензія*.

З метою ефективнішого захисту винаходів та інших запатентованих пропозицій певна інформація залишається нерозкритою, тому винахід використовується неповною мірою.

При продажу ліцензії на використання винаходу покупця попереджають про наявність певного нерозкритого секрету (ноу-хау). Сам секрет передається покупцеві за додаткову винагороду і з певними застереженнями (вимога дотримання конфіденційності інформації). Класичні приклади – рецепти і способи виготовлення напою «Кока-кола», парфумів «Шанель № 5».

2. Правова охорона об'єктів авторського права.

Право на знаки для товарів і послуг охороняється свідоцтвом, яке видається Держпатентом України.

Термін чинності свідоцтва на знак – десять років від дня подання заявки, хоча чинність його може бути продовжена ще на десять років.

Використання товарного знака певного товару іншим підприємством переслідується законом. Однак власник свідоцтва може передати на підставі договору право власності на знак будь-якій особі. Крім того, власник свідоцтва має право надати будь-якій особі дозвіл (видати ліцензію) на використання знака на підставі ліцензійного договору.

Питання для самоконтролю:

1. Як поділяються нематеріальні ресурси за формою охорони прав?
2. Яким документом засвідчується право промислової власності?
3. Що таке патентна ліцензія? Охарактеризуйте її види.
4. Проаналізуйте порядок оформлення права на знаки для товарів і послуг.
5. Який термін дії свідоцтва на знак?

Рекомендована література:

Гринчуцький В.І. Економіка підприємства: навчальний посібник. 2-ге видання. – Київ: Центр учбової літератури, 2019. – 304 с. (ст. 185-188).

Питання до розгляду:

- 1. Суть лізингу, суб'єкти та об'єкти лізингу.**
- 2. Види та форми лізингу.**
- 3. Договір лізингу.**

1. Суть лізингу, суб'єкти та об'єкти лізингу

Лізинг – це підприємницька діяльність, яка спрямована на інвестування власних чи залучених фінансових коштів і полягає в наданні лізингодавцем у виключне користування на визначений строк лізингоодержувачу майна, що є власністю лізингодавця або набувається ним у власність за дорученням і погодженням з лізингоодержувачем у відповідного продавця майна, за умови сплати лізингоодержувачем періодичних лізингових платежів.

Привабливість лізингу полягає у наступному:

- лізинг дає можливість отримати додаткові інвестиції від іноземних партнерів, причому не в грошовому вигляді, що викликає певні ускладнення, а в машинах та устаткуванні, які потрібні для виробничої діяльності;
- до лізингових операцій залучаються великі кошти банківських установ, страхових, акціонерних та інших товариств, що знаходяться безпосередньо в Україні;
- лізинг більш привабливий для українських споживачів і дає можливість підприємствам, господарським товариствам, що не мають достатнього капіталу для купівлі обладнання, отримати його шляхом оренди (на вигідніших умовах, ніж за контрактами купівлі-продажу).

Для порівняння: якщо підприємство закуповує необхідне устаткування за рахунок власних коштів та довгострокових банківських кредитів, то фінансує це із фонду розвитку, що формується з прибутку після його оподаткування у встановленому законодавством порядку; крім того, сплачує податок на додану вартість і купівлі-продажу. Зовсім інший механізм фінансування виробничих інвестицій вступає в дію при укладанні контракту про надання лізингових послуг. Орендні платежі, сплачувані орендарем, входять у собівартість продукції, яку він випускає, чи послуги, які він надає, а після повної сплати вартості орендованого устаткування підприємство, як правило, стає його власником. У даному випадку кошти, що витрачаються як на орендні платежі, так і на викуп орендованого устаткування, формуються з прибутку підприємства до його оподаткування.

Об'єктами лізингу є будь-яке нерухоме і рухоме майно, яке може бути віднесене до основних засобів відповідно до законодавства, в тому числі продукція, вироблена державними підприємствами (машини, устаткування, транспортні засоби, обчислювальна та інша техніка, системи телекомунікацій тощо), не заборонене до вільного обігу на ринку і щодо якого немає обмежень про передачу його в лізинг (оренду). Майно, яке знаходиться в державній власності, може бути об'єктом лізингу тільки за погодженням з органом, що здійснює управління цим майном у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

Суб'єктами лізингу є:

- *лізингодавець* – суб'єкт підприємницької діяльності, в тому числі банківська або небанківська фінансова установа, який передає в користування об'єкти лізингу за договором лізингу;
- *лізингоодержувач* – суб'єкт підприємницької діяльності, який одержує в користування об'єкти лізингу за договором лізингу;
- *продавець лізингового майна* – суб'єкт підприємницької діяльності, що виготовляє майно (машини, устаткування тощо) та/або продає власне майно, яке є об'єктом лізингу.

Лізинг вигідний усім учасникам лізингових операцій: лізингодавцю, бо передбачає стовідсоткове покриття всіх капітальних та інших витрат і отримання прибутку не меншого, ніж від інших операцій. З точки зору лізингоодержувачу, економічні переваги лізингових угод виявляються в 4-х групах факторів: поява зручного джерела фінансування, економія коштів, зменшення ризику і стимулювання оновлення виробництва.

Лізинговий бізнес дуже позитивно впливає на економіку країни: сприятливо діє під час перехідного періоду, який характеризується спадом виробництва, нестабільністю фінансового сектора, кризою банківської системи.

Отже, лізинг можна розглядати як одну з найцікавіших та найперспективніших форм інвестування.

Відносини між суб'єктами лізингу регулюються Законом України «Про лізинг», іншими нормативно-правовими актами, крім відносин, урегульованих нормативно-правовими актами про оренду та приватизацію державного майна.

2. Види та форми лізингу

Залежно від особливостей здійснення лізингових операцій, **лізинг є двох видів:**

1. *Фінансовий лізинг* – це договір лізингу, в результаті укладання якого лізингоодержувач на своє замовлення отримує в платне користування від лізингодавця об'єкт лізингу на строк, не менший строку, за який амортизується 60 відсотків вартості об'єкта лізингу, визначеної в день укладення договору.

Сума відшкодування вартості об'єкта лізингу в складі лізингових платежів за період дії договору фінансового лізингу повинна включати не менше ніж 60 відсотків вартості об'єкта лізингу, визначеної в день укладення договору. Після закінчення строку договору фінансового лізингу об'єкт лізингу, переданий лізингоодержувачеві згідно з договором, переходить у власність лізингоодержувача або викуповується ним за залишковою вартістю.

2. *Оперативний лізинг* – це договір лізингу, в результаті укладення якого лізингоодержувач на своє замовлення отримує у платне користування від лізингодавця об'єкт лізингу на строк, менший строку, за який амортизується 90 відсотків вартості об'єкта лізингу, визначеної в день укладання договору. Після закінчення строку договору оперативного лізингу він може бути продовжений або об'єкт лізингу підлягає поверненню лізингодавцю і може бути повторно переданий у користування іншому лізингоодержувачу за договором лізингу.

При фінансовому лізингу всі витрати на утримання об'єкта лізингу, пов'язані з його страхуванням, експлуатацією, технічним обслуговуванням та ремонтом, несе лізингоодержувач, якщо інше не передбачено договором лізингу.

При оперативному лізингу всі витрати на утримання об'єкта лізингу, крім витрат, пов'язаних з його експлуатацією та поновленням використаних матеріалів, несе лізингодавець, якщо інше не передбачено договором лізингу.

Залежно від форми здійснення лізинг може бути **зворотним, пайовим, міжнародним**.

Зворотний лізинг – це договір лізингу, який передбачає набуття лізингодавцем майна у власника і передачу цього майна йому у лізинг.

Пайовий лізинг – це здійснення лізингу за участю суб'єктів лізингу на основі укладення багатостороннього договору та залучення одного або кількох кредиторів, які беруть участь у здійсненні лізингу, інвестуючи свої кошти. При цьому сума інвестованих кредиторами коштів не може становити більше 80 відсотків вартості набутого для лізингу майна.

Міжнародний лізинг – це договір лізингу, що здійснюється суб'єктами лізингу, які перебувають під юрисдикцією різних держав, або в разі якщо майно чи платежі перетинають державні кордони. Міжнародний лізинг здійснюється відповідно до законодавства України, міжнародних договорів, в яких бере участь Україна, та договорів, укладених суб'єктами лізингу.

3. Договір лізингу

Лізинг здійснюється за договором лізингу, який регулює правовідносини між суб'єктами лізингу.

Договір лізингу укладається у формі багатосторонньої угоди за участю лізингодавця, лізингоодержувача, продавця об'єкта лізингу або двосторонньої угоди між лізингодавцем і лізингоодержувачем.

Договір лізингу має бути укладений у письмовій формі та повинен відповідати вимогам законодавства України.

Істотними умовами договору лізингу є:

- найменування сторін;
- об'єкт лізингу (склад і вартість майна), умови та строки його поставки;
- строк, на який укладається договір лізингу;
- розмір, склад та графік сплати лізингових платежів, умови їх перегляду;
- умови переоцінки вартості об'єкта лізингу згідно із законодавством України;
- умови повернення об'єкта лізингу в разі банкрутства лізингоодержувача;
- умови страхування об'єкта лізингу;
- умови експлуатації та технічного обслуговування, модернізації об'єкта лізингу та надання інформації щодо його технічного стану;
- умови реєстрації об'єкта лізингу та умови повернення об'єкта лізингу чи його викупу після закінчення дії договору;
- умови дострокового розірвання договору лізингу;
- умови надання відомостей про фінансовий стан лізингоодержувача;
- відповідальність сторін;
- дата і місце укладення договору.

За згодою сторін у договорі лізингу можуть бути передбачені й інші умови. Строки договору лізингу визначаються за домовленістю сторін. Передача об'єкта лізингу лізингодавцем лізингоодержувачу здійснюється у строки і на умовах, визначених у договорі лізингу.

Майно, передане за договором фінансового лізингу, зараховується на баланс лізингоодержувача з позначенням, що це майно взято у фінансовий лізинг.

Майно, передане за договором оперативного лізингу, залишається на балансі лізингодавця із зазначенням, що це майно передано у лізинг та зараховується на позабалансовий рахунок лізингоодержувача із зазначенням, що це майно одержано у лізинг.

Якщо з вини лізингодавця у строки і на умовах, визначених у договорі лізингу, не передано лізингоодержувачу об'єкт лізингу, лізингоодержувач має право вимагати від лізингодавця передачі зазначеного об'єкта та відшкодування збитків, завданих затримкою передачі, або в установленому порядку вимагати розірвання договору та відшкодування збитків, завданих йому невиконанням умов договору лізингу.

Передача лізингоодержувачем об'єкта лізингу лізингодавцю здійснюється у строки і на умовах, визначених у договорі лізингу.

Якщо з вини лізингоодержувача у строки і на умовах, визначених у договорі лізингу, не повернуто лізингодавцю об'єкт лізингу, лізингодавець має право вимагати від лізингоодержувача передачі зазначеного об'єкта та відшкодування збитків, завданих затримкою передачі, відповідно до умов договору.

У разі несплати лізингоодержувачем лізингових платежів протягом двох чергових строків на вимогу лізингодавця об'єкт лізингу підлягає поверненню у безсуперечному порядку згідно з виконавчим записом, здійсненим у державній нотаріальній конторі.

Об'єкт лізингу протягом усього строку дії договору лізингу є власністю лізингодавця. У разі переходу права власності на об'єкт лізингу від лізингодавця до іншої особи договір лізингу зберігає чинність щодо нового власника.

У договорі фінансового лізингу може передбачатися право викупу об'єкта лізингу лізингоодержувачем після закінчення або до закінчення строку договору, але не раніше строку, протягом якого амортизується 60 відсотків вартості об'єкта лізингу, визначеної в день укладення договору лізингу. Право власності на об'єкт фінансового лізингу набувається лізингоодержувачем після сплати повної вартості об'єкта лізингу відповідно до умов договору лізингу. Право користування об'єктом лізингу належить лізингоодержувачу тільки на умовах, визначених договором лізингу.

У разі банкрутства лізингоодержувача, арешту чи конфіскації його майна об'єкт лізингу відокремлюється від загального майна лізингоодержувача і підлягає поверненню лізингодавцю, який може розпоряджатися ним на власний розсуд. Порядок відшкодування збитків, завданих у зв'язку з банкрутством лізингоодержувача, визначається згідно, з умовами договору лізингу.

Право лізингоодержувача на ремонт і технічне обслуговування об'єкта лізингу може визначатися окремим договором, укладеним з продавцем.

Об'єкт лізингу, який потребує реєстрації в державних наглядових органах (транспортні засоби, обладнання підвищеної небезпеки тощо), реєструється за домовленістю сторін на ім'я лізингодавця або лізингоодержувача у встановленому законодавством України порядку.

Умови лізингового договору залежать від типу обладнання, строку оренди, суми контракту та інше. Однак в усіх випадках у договорі є стаття, що передбачає вихідний (базисний) період оренди, протягом якого жодна зі сторін не має права

анулювати договір, за винятком випадків невиконання умов договору однією із сторін.

Обидві сторони лізингового договору знають продажну ціну обладнання і при його підписуванні документально обумовлюють лише орендні платежі та порядок їх сплати.

Питання для самоконтролю:

1. Дайте характеристику лізингу як джерелу інвестицій на підприємстві.
2. Що є об'єктом лізингу?
3. Для якого суб'єкта лізингу є вигідні лізингові операції?
4. Охарактеризуйте форми лізингу.
5. Проаналізуйте істотні умови лізингу.

Рекомендована література:

Іванілов О. С. Економіка підприємства: навчальний посібник. – Київ: Центр учбової літератури, 2019. – 728 с. (ст. 372-383).

Тема: Стандартизація та сертифікація продукції

Питання до розгляду:

3. **Стандартизація продукції.**

4. **Сертифікація продукції.**

1. Стандартизація продукції.

Сучасні умови господарювання змушують кожне підприємство запровадити дійовий комплексний механізм управління якістю продукції та суворо дотримуватись його вимог.

Ефективним засобом управління якістю є стандартизація, яка включає комплекс норм правил і вимог до якості продукції.

Стандартизація – це встановлення й застосування єдиних правил з метою впорядкування діяльності в певній галузі.

Стандартизація продукції охоплює:

- встановлення вимог до якості готової продукції, а також сировини, матеріалів, напівфабрикатів і комплектуючих виробів;
- визначення норм, вимог і методів у галузі проектування та виготовлення продукції для забезпечення належної якості й запобігання невинуватених різноманітності виробів однакового функціонального призначення;
- формування єдиної системи показників якості продукції, методів її випробування та контролю; уніфікація вимірювань і показників;
- створення єдиних систем класифікації і кодування продукції, носіїв інформації, форм і методів організації виробництва.

Стандартизація продукції здійснюється за певними принципами, головними з яких є:

1. Врахування рівня розвитку науки і техніки, екологічних вимог, економічної доцільності та ефективності виробництва для виробника, користі й безпеки для споживачів і держави в цілому.
2. Гармонізація з міжнародними, регіональними стандартами інших країн.
3. Взаємозв'язок і узгодженість нормативних документів усіх рівнів.
4. Участь у розробці нормативних документів усіх зацікавлених сторін – розробників, виробників, споживачів, органів державної виконавчої влади.
5. Відкритість інформації щодо чинних стандартів та програм робіт зі стандартизації з урахуванням вимог законодавства.

Результати стандартизації відображаються в спеціальній нормативно-технічній документації. Основними її видами **стандарту і технічні умови** – це документи, що містять обов'язкові для виробників норми якості виробу і способи їхнього досягнення.

Нормативно-технічна документація охоплює такі види стандартів:

1. **Міжнародні стандарти ISO серії 9000**, розроблені Міжнародною організацією стандартизації, і використовуються для сертифікації виробів, призначених для експорту в інші країни і реалізації на світовому ринку.
2. **Державні стандарти України** встановлюють на:

- вироби загального машинобудівного застосування;
 - продукцію міжгалузевого призначення;
 - продукцію для населення й народногосподарського господарства;
 - елементи народногосподарських об'єктів державного значення (транспорт, зв'язок, оборона, навколишнє природне середовище);
 - методи випробувань.
3. *Галузеві стандарти* розробляють на ту продукцію, щодо якої бракує державних стандартів України.
 4. *Стандарти науково-технічних та інженерних товариств і союзів* розробляють у разі потреби поширення результатів фундаментальних досліджень, одержаних в окремих галузях знань.
 5. *Технічні умови* містять вимоги, що регулюють відносини між виробником і споживачем продукції.
 6. *Стандарти підприємства* розробляються підприємством самостійно для конкретизації вимог до продукції й самого виробництва.

2. Сертифікація продукції та систем якості

Коли підприємство веде активну зовнішньоекономічну діяльність, найважливішим елементом виробничого менеджменту взагалі та системи управління якістю зокрема стає сертифікація продукції. Кожний вид товарів, який те чи інше підприємство хоче вигідно продати на світовому ринку, повинно бути сертифікованим, тобто мати документ, що засвідчує високий рівень його якості, відповідність вимогам міжнародних стандартів ІСО серії 9000. Набутий нашими підприємствами досвід зовнішньої комерційної діяльності показує, що так звана без сертифікатна продукція оцінюється на світовому ринку у 3-4 рази дешевше, отже, фактично реалізується за безцінь.

В Україні розрізняють такі **види сертифікації**:

1. *Обов'язкова сертифікація* – це документальне підтвердження того, що виріб відповідає встановленим українським законодавством нормам і системам відповідності. Під обов'язкову сертифікацію підпадають вироби, що повинні мати підтвердження відповідності технічним регламентам. *Технічний регламент* – це документ, що встановлює обов'язкові вимоги до продукції.
2. *Добровільна сертифікація* може проводитися з ініціативи самих суб'єктів господарювання на відповідність продукції вимогам, які не є обов'язковими.

Суб'єкти господарювання (виробники, постачальники, виконавці, продавці продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації) **повинні**:

- у належному порядку та у визначений термін проводити сертифікацію відповідних об'єктів;
- забезпечувати виготовлення продукції відповідно до вимог того нормативного документа, за яким її сертифіковано;
- реалізовувати продукцію тільки за наявності сертифіката;
- припиняти реалізацію сертифікованої продукції, якщо виявлено її невідповідність вимогам певного нормативного документа або закінчився термін дії сертифіката.

Організаційною основою сертифікації вироблених підприємствами виробів є мережа державних випробувальних центрів для найважливіших видів продукції виробничо-технічного та культурно-побутового значення.

Протягом останніх років почали формуватися й міжнародні системи сертифікації. Координує заходи зі створення таких систем спеціальний комітет із сертифікації – СЕРТИКО, що діє у складі ІСО. Цим комітетом розроблено:

- правила та порядок здійснення сертифікації продукції;
- критерії акредитації випробувальних центрів (лабораторій);
- умови вступу до міжнародної системи сертифікації.

Питання для самоконтролю:

1. Розкрийте суть поняття «стандартизація продукції».
2. Охарактеризуйте принципи, за якими здійснюється стандартизація продукції.
3. Проаналізуйте нормативно-технічну документацію щодо встановлення стандартів продукції.
4. З якою метою проводиться сертифікація продукції?
5. Які види сертифікації Ви знаєте? Дайте їм характеристику.

Рекомендована література:

Іванілов О. С. Економіка підприємства: навчальний посібник. – Київ: Центр учбової літератури, 2019. – 728 с. (ст. 584-590).

Тема: Загальна характеристика та види інноваційних процесів на підприємстві

Питання до розгляду:

1. Економічна суть та види інноваційних процесів на підприємстві.
2. Вплив інноваційних процесів на виробництво.

1. Економічна суть та види інноваційних процесів на підприємстві

Інновація – це кінцевий результат діяльності зі створення, використання і поширення нововведень, втілених у вигляді нових або удосконалених продуктів (виробів та послуг), технологій їх виробництва, методів управління на всіх стадіях виробництва і збуту, що сприяють розвитку і підвищенню ефективності функціонування підприємств, які їх використовують.

Під **нововведенням** розуміється будь-який винахід, спосіб, метод, порядок. Нововведення можуть оформлятися у вигляді: відкриттів, винаходів; патентів; товарних знаків; раціоналізаторських пропозицій; документації на новий або удосконалений продукт, технологію, управлінський або виробничий процес; організаційної, виробничої або іншої структури; «ноу-хау»; понять; наукових підходів або принципів; документа (стандарту, рекомендацій, методики, інструкцій і т. ін.); результатів маркетингових досліджень тощо.

Впровадження і використання нововведення у господарській практиці перетворює його у форму новації. **Новація (новизна)** – це нова продукція (техніка), технологія, що можуть бути кінцевим результатом науково-технічної творчості, реалізації певної ідеї, винаходу, а також метод, що змінює середовище, які не комерціалізовані та не спожиті. В подальшому із значним поширенням новація видозмінюється, набуваючи форми *інновації*.

Інноваційний процес – це сукупність комплексних, постійно здійснюваних у просторі та часі, прогресивних, науково-технічних, організаційних і соціально-економічних оновлень, що сприяють підвищенню ефективності суспільного виробництва та вирішенню соціальних і екологічних проблем. Таким чином, інноваційний процес пов'язаний зі створенням, освоєнням і поширенням інновацій, який поєднує науку, техніку, економіку, підприємництво та управління у єдине ціле для одержання економічного ефекту і покращення задоволення суспільних потреб.

Інноваційний процес включає в себе всі види наукової, науково-технічної й інноваційної діяльності в їх послідовному і пропорційному співвідношенні.

Інновація відображається у вигляді *наукових, технічних, організаційних чи соціально-економічних новинок*, котрі можуть бути отримані на будь-якому етапі інноваційного процесу.

Технічні нововведення охоплюють процеси освоєння випуску нових видів продукції, також процеси впровадження нових й вдосконалення діючих технологічних процесів виробництва.

Організаційні нововведення охоплюють процеси впровадження нових форм і методів організації наукової та виробничої діяльності трудових колективів, таких як:

- нові методи та форми організації виробництва усіх виробничих підрозділів підприємства;
- нові організаційні структури управління науковою і виробничою діяльністю підприємства;
- нові форми та методи організації праці на підприємстві.

Соціально-економічні нововведення охоплюють процеси активізації людського фактора, а також процеси щодо вдосконалення економічних методів управління наукою та виробництвом шляхом:

- підготовки і підвищення кваліфікації кадрів;
- морального стимулювання їх творчого ставлення до праці та системи охорони здоров'я;
- вдосконалення виховної роботи в колективі шляхом впровадження та вдосконалення внутрішньовиробничого госпрозрахунку;
- повної реалізації функцій прогнозування, планування, фінансування, аналізу результатів діяльності;
- удосконалення систем оплати праці та матеріального стимулювання.

2. Вплив інноваційних процесів на виробництво

Усі локальні і, особливо, глобальні нововведення різної спрямованості можуть забезпечувати максимально можливий прогресивний вплив на виробництво за умови, якщо вони використовуються підприємствами постійно, комплексно і гармонійно.

Найбільший, за наслідками, безпосередній вплив на результативність (ефективність) діяльності підприємства справляють технічні і організаційні нововведення. Інші нововведення впливають на виробництво опосередковано (через ефективність нових технічних і організаційних рішень).

Про ступінь впливу окремих організаційно-технічних та інших нововведень на відповідні економічні показники діяльності підприємств свідчать такі приклади: досвід експлуатації гнучких автоматизованих виробництв показує істотні переваги порівняно з технологічним устаткуванням традиційного виконання: питома вага оплати праці (у розрахунку на одну деталь) зменшується на 25-30 %, накладні витрати – більш як на 80 %, виробнича площа – на 60 %, а тривалість виробничого циклу скорочується у 5-6 разів.

Серед глобальних технічних нововведень за ступенем впливу на економіку підприємства відрізняються *роторні та роторно-конвеєрні лінії*, які, порівняно з традиційними знаряддями праці, залежно від складності виготовлюваних деталей забезпечують: підвищення продуктивності праці – у 4-10 разів; зменшення обсягу необхідної виробничої площі – у 2-2,5 рази; скорочення тривалості циклу виготовлення – у 15-20, а обсягу транспортування виробів – у 25-30 разів.

Помітно посилюється вплив нових технічних (технологічних) систем не лише на економічні явища, але й на соціальні процеси. Це вимагає підвищеної уваги конструкторів нової техніки до показників її надійності, ергономічності та екологічності.

Особливо нагальним є завдання екологізації виробництва на підприємствах. За результатами соціальних досліджень встановлено, що, наприклад, збільшення у два рази забруднення повітря шкідливими викидами скорочує термін експлуатації

промислового устаткування до першого капітального ремонту в середньому в 1,5 рази, а врожайність пшениці у зонах дії підприємств кольорової металургії на 40-60 % менша, ніж за межами цих зон. У той же час сучасні прогресивні технології уможливають перетворення джерел подібних економічних витрат у чинники зростання обсягів продукції і прибутку.

Питання для самоконтролю:

1. Що розуміють під поняттям «інновація»?
2. у чому полягає суть інноваційних процесів?
3. Охарактеризуйте види інноваційних процесів.
4. Які види інноваційних процесів спливають на результативність діяльності підприємства?
5. У чому полягає суть технічних нововведень на підприємстві?

Рекомендована література:

Гринчуцький В.І. Економіка підприємства: навчальний посібник. 2-ге видання. – Київ: Центр учбової літератури, 2019. – 304 с. (ст. 213-222).

Тема: Методи ціноутворення на продукцію

Питання до розгляду:

1. *Фактори, що впливають на формування цін.*
2. *Методи ціноутворення на продукцію.*

1. Фактори, що впливають на формування цін

Ціноутворення – це процес обґрунтування, затвердження та перегляду цін і тарифів, визначення їх рівня, співвідношення та структури.

У залежності від того, яку мету переслідує підприємство на ринку, розрізняють різні підходи до ціноутворення. Такими цілями діяльності підприємства по оптимізації ціни можуть бути:

- **виживання на ринку:** для збереження життєздатності підприємства можуть встановлювати низькі ціни, сподіваючись що ринок буде чутливим до них;
- **максимізація прибутку:** в цьому випадку зіставляються попит і витрати на виробництво з альтернативними цінами і вибирають ту з них, яка забезпечить максимальний прибуток;
- **лідерство на ринку** досягається шляхом зниження витрат і одержання високого і тривалого прибутку; встановлюються низькі ціни з метою збільшення частки підприємства на ринку;
- **лідерство в якості товарів** передбачає встановлення відносно високих цін, які повинні компенсувати великі витрати на науково-дослідні роботи і забезпечення якості.

На рівень ціни неабиякий вплив має ринкова кон'юнктура, а саме такі фактори:

- державне регулювання цін;
- конкуренція виробників;
- співвідношення попиту і пропозиції;
- купівельна спроможність грошей;
- якість товару та ін.

2. Методи ціноутворення на продукцію

Враховуючи вищезазначені фактори, прийняту підприємством стратегію з метою встановлення оптимального рівня цін, використовують такі **методи ціноутворення:**

1. *Метод «витрат + прибуток»*, за яким ціна продукції обчислюється як сума собівартості продукції і рівня запланованого прибутку.
2. *Метод розрахунку ціни на підставі отримання цільового прибутку*, особливість якого полягає в тому, що ціну поставлено в жорстку залежність від загального розміру прибутку, який підприємство передбачає одержати від продажу певної кількості товару.
3. *Метод встановлення ціни за оцінкою споживчої вартості товару* ґрунтується

на оцінці споживчого ефекту, який має споживач від використання товару.

4. *Метод пропорційного ціноутворення*, за якого підприємства виходять не стільки з власних витрат, попиту, скільки із цін конкурентів (його ще називають «за рівнем конкуренції»).
5. *Метод «очікуваного прибутку»* застосовують тоді, коли підприємство планує підписати контракт і пропонуючи більш низькі ціни, ніж інші підприємства, має шанси виграти боротьбу за контракт.
6. *Метод швидкого повернення витрат* використовується підприємствами з метою активного продажу великих обсягів продукції і швидкого повернення затрачених коштів. Така поведінка може бути викликана невпевненістю виробників у тривалому успіхові їх продукції на ринку.

Існують інші методи ціноутворення, але при використанні будь-якого з них в подальшому ціна коригується, використовується ряд знижок і доплат до ціни (за оплату готівкою, величину придбаної партії товару, доставку, сезонні знижки, супутні послуги та ін.).

Питання для самоконтролю:

1. Розкрийте суть поняття «ціноутворення».
2. Назвіть цілі діяльності підприємства по оптимізації ціни.
3. Які фактори впливають на формування цін?
4. Охарактеризуйте методи ціноутворення на продукцію.
5. У якому випадку застосовують метод «очікуваного прибутку»?

Рекомендована література:

Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства : навч. посіб. 2-ге вид. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 488 с. (ст. 392-398).

Тема: Економічна безпека підприємства

Питання до розгляду:

1. *Поняття економічної безпеки підприємства.*
2. *Концептуальні засади економічної безпеки.*

1. Поняття економічної безпеки підприємства

Економічна безпека підприємства – це захист діяльності підприємства від негативних впливів зовнішнього середовища, а також здатність швидко усунути різноманітні загрози чи пристосуватися до існуючих умов, які не позначаються негативно на його діяльності.

Суть економічної безпеки полягає в забезпеченні поступального економічного розвитку суспільства з метою виробництва необхідних благ та послуг, що задовольняють індивідуальні та суспільні потреби.

Раніше усі питання, пов'язані із забезпеченням безпеки покладалися на державні органи. Останнім часом спостерігається відтворення системи безпеки, в якій провідна роль відводиться державі.

Відповідно до Концепції економічної безпеки України суть **економічної безпеки країни** визначається як спроможність національної економіки забезпечити свій вільний незалежний розвиток і утримати стабільність громадянського суспільства та його інститутів, а також достатній оборонний потенціал країни за всіляких несприятливих умов і варіантів розвитку подій та здатність Української держави до захисту національних економічних інтересів від зовнішніх та внутрішніх загроз. Інтенсифікація інтелектуально-інноваційного розвитку України є основною передумовою досягнення нею високого рівня економічної безпеки.

Економічну безпеку регіонів України можна охарактеризувати такими основними дестабілізуючими факторами, як:

- виснаження виробничо-технічного потенціалу;
- погіршення екологічної обстановки
- зростання безробіття;
- втрата продовольчої незалежності;
- порушення рівномірності фінансового забезпечення.

На макрорівні економічна безпека проявляється в забезпеченні нормальної і стабільної діяльності підприємства, попередженні витоку інформації.

Економічну безпеку підприємства можна трактувати, як:

- стан захищеності усіх систем підприємства при здійсненні господарської діяльності в певній ситуації;
- стан усіх ресурсів підприємства та підприємницьких здібностей, при якому можливе найефективніше їх використання для стабільного функціонування і динамічного науково-технічного та соціального розвитку, здатність запобігати або швидко нівелювати різні внутрішні та зовнішні загрози;
- сукупність організаційно-правових, режимно-охоронних, технічних,

технологічних, економічних, фінансових, інформаційно-аналітичних та інших методів, спрямованих на усунення потенційних загроз та створення умов для забезпечення ефективного функціонування суб'єктів підприємницької діяльності відповідно до їхніх цілей та завдань;

- стан соціально-технічної системи підприємства, котрий дає змогу уникнути зовнішніх загроз і протистояти внутрішнім чинникам дезорганізації за допомогою наявних ресурсів, підприємницьких здібностей менеджерів, а також структурної організації та зв'язків менеджменту.

3. Концептуальні засади економічної безпеки

В основі розробки комплексної системи забезпечення економічної безпеки діяльності підприємства повинна лежати певна концепція, яка включає мету, завдання, принципи діяльності, об'єкт і суб'єкт, стратегію і тактику.

Мета цієї системи – мінімізація зовнішніх і внутрішніх загроз економічному стану суб'єкта підприємництва, у тому числі його фінансовим, матеріальним, інформаційним, кадровим ресурсам. У процесі досягнення поставленої мети здійснюється **вирішення конкретних завдань**, які об'єднують усі напрямки забезпечення безпеки, а саме:

1. Ефективне прогнозування загроз економічної безпеки підприємства;
2. Організація попередження впливу можливих загроз;
3. Виявлення, аналіз і оцінка існуючих загроз економічної безпеки;
4. Прийняття рішень та реагування на існуючі загрози;
5. Вдосконалення системи забезпечення економічної безпеки підприємництва.

Об'єктом системи в цілому виступає стабільний економічний стан діяльності фірми в поточному і перспективному періоді. Конкретними ж об'єктами захисту виступають фінансові, матеріальні, інформаційні та кадрові ресурси.

Суб'єкт даної системи носить більш складний характер, оскільки його діяльність характеризується не тільки особливостями і характеристиками об'єкта, а й специфічними умовами зовнішнього середовища. Тому можна виділити дві **групи суб'єктів**, що забезпечують економічну безпеку підприємництва:

- **зовнішні суб'єкти** органи законодавчої, виконавчої та судової влади, покликані забезпечувати безпеку всіх без винятку законослухняних учасників підприємницьких відносин;
- **внутрішні суб'єкти** (особи, які безпосередньо здійснюють діяльність із захисту економічної діяльності підприємства).

Суб'єкти, що забезпечують економічну безпеку підприємництва, здійснюють свою діяльність на основі певної стратегії і тактики.

Стратегія – це довгостроковий підхід до досягнення мети. Для забезпечення економічної безпеки підприємства застосовуються функціональні **стратегії безпеки**:

1. **Стратегія економічної безпеки** включає, перш за все, систему превентивних заходів, реалізовану через регулярну, безперервну роботу всіх підрозділів суб'єкта підприємницької діяльності з перевірки контрагентів, аналізу передбачуваних угод, експертизі документів, виконання правил роботи з

конфіденційною інформацією і т. п. Служба безпеки в даному випадку виступає в ролі контролера.

2. *Стратегія реактивних заходів* застосовується у разі виникнення або реального здійснення будь-яких загроз економічної безпеки підприємництва. Ця стратегія, заснована на застосуванні ситуаційного підходу і врахуванні всіх зовнішніх і внутрішніх чинників, реалізується службою безпеки через систему заходів, специфічних для даної ситуації [86].

Концептуальні положення управління економічною безпекою підприємства:

1. Моніторинг та діагностику економічної безпеки підприємства необхідно проводити постійно.
2. Економічну безпеку підприємства необхідно досліджувати в статичному та динамічному аспекті.
3. Управління економічною безпекою підприємства повинне бути ключовою складовою стратегічного управління підприємства.
4. Повинно постійно здійснюватись удосконалення захисту інформації підприємства.
5. Повинен здійснюватись контроль доступу сторонніх осіб на територію підприємства.
6. Необхідно ретельно перевіряти контрагентів на предмет їх репутації та порядності ведення бізнесу.
7. Періодично необхідно здійснювати перевірки персоналу підприємства на предмет ймовірності розкриття комерційних таємниць.
8. Необхідно знижувати ризики від озброєних пограбувань підприємства.
9. Оцінювально-аналітична система повинна стати центральною частиною управління економічною безпекою підприємства.
10. При оцінюванні рівня економічної безпеки підприємства необхідно враховувати не лише результати діяльності підприємства на поточну дату, а й потенціал.
11. При оцінюванні рівня економічної безпеки підприємства необхідно використовувати декілька альтернативних методичних підходів.
12. Оцінка значущості функціональних складових економічної безпеки повинна проводитись за допомогою перевірених евристичних методів.
13. Оцінка та аналіз економічної безпеки повинні базуватись на врахуванні технологічних особливостей підприємства.
14. Оцінювальні показники економічної безпеки повинні бути скориговані на коефіцієнт значущості стадії життєвого циклу та значущості ринкової стратегії підприємства.
15. Управління економічною безпекою необхідно здійснювати не лише за результатами, а й за потенціалом підприємства.
16. Працівники служби економічної безпеки підприємства повинні володіти навичками побудови економіко-математичних моделей, володіти найсучаснішими пакетами прикладних програм, знати основні підходи до оцінювання рівня економічної безпеки підприємства.

Питання для самоконтролю:

6. Дайте визначення терміну «економічна безпека».
7. Проаналізуйте роль і значення економічної безпеки підприємства за сучасних кризових умовах економіки України.
8. Виділіть основні фактори впливу на рівень безпеки регіону.
9. Сформулюйте основні концептуальні положення управління економічною безпекою підприємства.
10. Наведіть приклади факторів, які впливають на стан економічної безпеки підприємства.

Рекомендована література:

Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 700 с. (ст. 627-636).

Тема: Банкрутство та ліквідація підприємств

Питання до розгляду:

1. *Суть, причини і ознаки банкрутства.*
2. *Визначення ймовірності банкрутства.*
3. *Ліквідація збанкрутілих підприємств.*

1. Суть, причини і ознаки банкрутства

У наш час про банкрутство вітчизняних підприємств приходиться говорити не тільки теоретично. Дане явище все більше має місце на практиці у зв'язку з кризовим станом економіки держави.

Згідно з Законом України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» **банкрутство** – це визнана господарським судом нездатність боржника відновити свою платоспроможність і задовольнити визнані судом вимоги кредиторів не інакше як через застосування ліквідаційної процедури шляхом розпродажу свого майна.

Банкрутство спричиняється неплатоспроможністю підприємства, а **основними причинами виникнення неплатоспроможності є:**

1. *Зовнішні фактори кризового розвитку:*
 - недосконалість законодавчої системи;
 - високий рівень інфляції;
 - кризові явища в інвестиційній політиці;
 - необґрунтована економічна політика уряду;
 - політична стабільність суспільства;
 - неефективне використання іноземних інвестицій.
2. *Внутрішні фактори кризового стану:*
 - недосконалість системи стратегічного планування;
 - невміле використання форм та методів управління;
 - недосконалість механізму ціноутворення;
 - недостатній рівень організації виробництва;
 - низький технічний рівень виробництва;
 - прорахунки в організації праці (утримання зайвих робочих місць);
 - збільшення кредиторської і дебіторської заборгованостей.

Ознаками виникнення неплатоспроможності підприємства є:

1. Припинення поточних платежів і систематичне порушення термінів погашення зобов'язань.
2. Зменшення потоку грошових коштів від здійснення операцій.
3. Зниження прибутковості.
4. Падіння ринкової ціни цінних паперів.
5. Скорочення виплачуваних дивідендів.

Види банкрутства:

1. *Реальне банкрутство* – повна неспроможність підприємства відновити в наступному періоді свою фінансову стабільність і платоспроможність в силу реальних втрат капіталу. Таке підприємства юридично об'являється банкрутом.

2. *Технічне банкрутство* – банкрутство, що викликане суттєвим простроченням дебіторської заборгованості та перевищення цієї заборгованості над кредиторською, а сума активів істотно перевищує фінансові зобов'язання. При ефективному антикризовому управлінні підприємство, як правило, не об'являють банкрутом.
3. *Навмисне банкрутство* – навмисне створення або збільшення керівником або власником підприємства його неплатоспроможності, нанесення економічного збитку в особистих інтересах або інтересах інших осіб, заздалегідь некомпетентне фінансову керівництво.
4. *Фіктивне банкрутство* – заздалегідь неправдиве об'явлення підприємством про свою неплатоспроможність з метою введення в оману кредиторів для отримання від них відстрочки виконання своїх зобов'язань або знижки на суми кредиторської заборгованості.

2. Визначення ймовірності банкрутства

Суб'єктами банкрутства згідно закону є юридичні та фізичні особи. Боржник може звернутися до арбітражного суду і порушити справу про банкрутство з власної ініціативи у разі його фінансової неспроможності або загрози такої неспроможності.

Процедура порушення справи про банкрутство включає насамперед подання письмової заяви про банкрутство або боржником, або кредитором (якщо вимоги кредитора складають не менше ніж 300 мінімальних розмірів заробітної плати), або податковою службою, або контрольно-ревізійною службою. Заява подається в арбітражний суд, який у місячний термін виносить ухвалу про скликання зборів кредиторів. У той же час до арбітражного суду подається заява тих осіб, які бажають взяти участь у реструктуризації або санації боржника.

Порядок оголошення підприємства банкрутом має такі складові:

- a. Процедура встановлення факту неплатоспроможності боржника й безспірності вимог кредитора, якщо саме він ініціював порушення справи.
- b. Визнання боржника банкрутом.
- c. Процедури задоволення вимог кредиторів за рахунок ліквідації майнових активів боржника.

Після об'явлення підприємства банкрутом ліквідаційна комісія на аукціоні здійснює продаж майна. *Кошти від продажу майна використовуються для задоволення вимог кредиторів у такій черговості.*

- i. Задовольняються вимоги щодо виплати заборгованості заробітної плати працюючим і звільненим працівникам.
- ii. Задовольняються вимоги, що виникли із зобов'язань підприємства-банкрута перед його працівниками, внаслідок заподіяння шкоди здоров'ю та життя громадян, зобов'язань і сплати страхових внесків на загальнообов'язкове державне пенсійне страхування та інше соціальне страхування.
- iii. Задовольняються вимоги щодо сплати податків і зборів.
- iv. Задовольняються вимоги кредиторів, не забезпечені заставою.
- v. Задовольняються вимоги до повернення внесків трудового колективу до статутного капіталу підприємства і т.д.
- vi. Задовольняються усі інші вимоги.

При задоволення претензій кредиторів витримуються такі правила:

- вимоги кожної наступної черги задовольняються лише тоді, коли забезпечується повне задоволення претензій попередньої;
- у разі недостатності коштів від продажу майна банкрута для повного задоволення вимог кредиторів наступної черги, вимоги задовольняються пропорційно сумі вимог кожного кредитора даної черги;
- вимоги, не задоволені за недостатністю майна, вважаються погашеними.

Основною метою банкрутства є не ліквідація підприємства, а задоволення вимог кредиторів через визнання боржника банкрутом.

Отже, своєчасне виявлення кризового стану підприємства, його облік та всебічний аналіз дозволяють попередити неплатоспроможність підприємства на ранніх етапах в рамках ще не порушеної справи про банкрутство.

Позитивний наслідок банкрутства окремих суб'єктів господарювання полягає у тому, що підприємства, які оголошуються банкрутами й до яких застосовується механізм їх ліквідації, завершують свою неефективну виробничо-господарську діяльність, а замість них можуть бути створені такі підприємства, які будуть здійснювати свою діяльність ефективніше.

Наслідки банкрутства в загальному є негативними для України, оскільки зменшується кількість підприємств, що призводить до зменшення пропозиції товарів, робіт чи послуг; зростає рівень безробіття і виплат безробітним; зменшуються податкові надходження до державного бюджету та ін.

3. Ліквідація збанкрутілих підприємств

Ліквідація – припинення діяльності суб'єкта підприємницької діяльності, визнаного господарським судом банкрутом, з метою здійснення заходів щодо задоволення визнаних судом вимог кредиторів шляхом продажу його майна.

Ліквідація суб'єкта господарювання здійснюється ліквідаційною комісією, яка утворюється власником (власниками) майна суб'єкта господарювання чи його (їх) представниками (органами), або іншим органом, визначеним законом, якщо інший порядок її утворення не передбачений цим Кодексом. Ліквідацію суб'єкта господарювання може бути також покладено на орган управління суб'єкта, що ліквідується. Орган (особа), який прийняв рішення про ліквідацію суб'єкта господарювання, встановлює порядок та визначає строки проведення ліквідації, а також строк для заяви претензій кредиторами, що не може бути меншим, ніж два місяці з дня оголошення про ліквідацію. Ліквідаційна комісія або інший орган, який проводить ліквідацію суб'єкта господарювання, вміщує в друкованих органах, повідомлення про його ліквідацію та про порядок і строки заяви кредиторами претензій, а явних (відомих) кредиторів повідомляє персонально у письмовій формі у встановлені законом строки. Одночасно ліквідаційна комісія вживає необхідних заходів щодо стягнення дебіторської заборгованості суб'єкта господарювання, який ліквідується, та виявлення вимог кредиторів, з письмовим повідомленням кожного з них про ліквідацію суб'єкта господарювання. Ліквідаційна комісія оцінює наявне майно суб'єкта господарювання, який ліквідується, і розраховується з кредиторами, складає ліквідаційний баланс та подає його власнику або органу, який призначив ліквідаційну комісію. Достовірність та повнота ліквідаційного балансу повинні бути перевірені у встановленому законодавством порядку.

З дня прийняття господарським судом постанови про визнання боржника банкрутом і відкриття ліквідаційної процедури:

- підприємницька діяльність банкрута завершується закінченням технологічного циклу з виготовлення продукції у разі можливості її продажу;
- строк виконання всіх грошових зобов'язань банкрута та зобов'язань щодо сплати податків і зборів (обов'язкових платежів) вважається таким, що настав;
- припиняється нарахування неустойки (штрафу, пені), відсотків та інших економічних санкцій по всіх видах заборгованості банкрута;
- відомості про фінансове становище банкрута перестають бути конфіденційними чи становити комерційну таємницю;
- укладення угод, пов'язаних з відчуженням майна банкрута чи передачею його майна третім особам, допускається в порядку, передбаченому законом;
- скасовується арешт, накладений на майно боржника, визнаного банкрутом, чи інші обмеження щодо розпорядження майном такого боржника. Накладення нових арештів або інших обмежень щодо розпорядження майном банкрута не допускається;
- вимоги за зобов'язаннями боржника, визнаного банкрутом, що виникли під час проведення процедур банкрутства, можуть пред'являтися тільки в межах ліквідаційної процедури;
- виконання зобов'язань боржника, визнаного банкрутом, здійснюється у випадках і порядку, передбаченому законом.

Призначення ліквідатора здійснюється постановою про визнання боржника банкрутом у тому порядку, який передбачено для призначення керуючого санацією. Ним може бути й особа, яка виконувала функції розпорядника майна або керуючого санацією боржника. За клопотанням ліквідатора, погодженим з комітетом кредиторів, господарський суд призначає членів ліквідаційної комісії. У разі ліквідації державного підприємства або підприємства, в статутному фонді якого державна частка становить більше ніж 25 %, господарський суд призначає членами ліквідаційної комісії представника державного органу з питань банкрутства, за необхідності – органу місцевого самоврядування.

Закон визначає функції господарського суду у ліквідаційній процедурі, повноваження ліквідатора та членів ліквідаційної комісії, порядок передачі ліквідатору органами управління банкрута бухгалтерської звітності та іншої документації банкрута, печаток і штампів, матеріальних та інших цінностей банкрута, відповідальність за невиконання особами цих положень.

Майно банкрута, щодо обігу якого встановлено обмеження, продається на закритих торгах, брати участь у яких можуть лише особи, які можуть мати зазначене майно відповідно до законодавства у власності чи на підставі іншого речового права.

Ліквідатор подає до господарського суду звіт про свою діяльність разом з ліквідаційним балансом, забезпечує належне оформлення та зберігання фінансово-господарських документів банкрута.

Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення поняття «банкрутство»?
2. Назвіть основні причини виникнення неплатоспроможності.
3. Який порядок оголошення підприємства банкрутом?
4. Розкрийте позитивні та негативні наслідки банкрутства.
5. Охарактеризуйте порядок проведення ліквідації збанкрутілих підприємств.

Рекомендована література:

Іванілов О. С. Економіка підприємства: навчальний посібник. – Київ: Центр учбової літератури, 2019. – 728 с. (ст. 696-704).

Рекомендована література

Базова література:

1. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства : навч. посіб. 2-ге вид. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 488 с.
2. Гринчуцький В.І. Економіка підприємства: навчальний посібник. 2-ге видання. – Київ: Центр учбової літератури, 2019. – 304 с.
3. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 700 с. URL: <https://lib.lntu.edu.ua/sites/default/files/2021-03/%21%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%D1%80%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%95%D0%9F%20%D0%9F%D0%A2%D0%91.pdf>.
4. Економіка підприємства: Навч. посібник / уклад. Н. В. Романченко, Т. В. Кожемякіна, К. В. Пічик. — Київ: НаУКМА, 2018. — 343 с. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/db4e7ada-de22-46a4-b14c-d72e264afb08/content>.
5. Іванілов О. С. Економіка підприємства: навчальний посібник. – Київ: Центр учбової літератури, 2019. – 728 с.

Додаткова література:

6. Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 р. № 322-VIII (із змінами від 15.04.2025 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text>.
7. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI (із змінами від 18.06.2025 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.
8. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. №435-IV (із змінами від 27.03.2025 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>.
9. Закон України «Про оплату праці» №108/95-ВР від 24.03.1995 р. (із змінами від 25.04.2024 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80#Text>.
10. Закон України «Про господарські товариства» №1577-II від 19.09.1991 р. (із змінами від 13.12.2022 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1576-12#Text>.
11. ДК 002:2004 Класифікація організаційно-правових форм господарювання. Затв. наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 28.05.2004 №97 (із змінами від 07.02.2025 р.). <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0097609-04#Text>
12. Інструкція зі статистики заробітної плати №5 від 13.01.2004 р. (із змінами від 17.01.2023 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0114-04#Text>.
13. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» від 07.02.2013 р. №73. (із змінами від 23.01.2025 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>.
14. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід» від 29.11.1999 р. №290 (із змінами від 29.09.2020 р.) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99#Text>.

15. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» від 31.12.1999 р. №318 (із змінами від 29.09.2020 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text>.
16. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 17 «Податок на прибуток» від 28.12.2000 р. №353. (із змінами від 12.01.2023 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0047-01#Text>.
17. Бойчик І.М. Економіка підприємства підручник. / І.М.Бойчик. – К.: Кондор-Видавництво, 2016. – 378 с. URL: http://pdf.lib.vntu.edu.ua/books/2021/Bojchik_2016_378.pdf.
18. Яркіна Н.М. Економіка підприємства : Навч. посіб. / Н. М. Яркіна. – Вид. 2-ге перероб. і доп. – К. : Видавництво Ліра-К, 2017. – 600 с. URL: <https://lira-k.com.ua/preview/12271.pdf>.

Економіка підприємства [Текст]: методичні вказівки до самостійних робіт для здобувачів освітньо-професійного ступеня фаховий молодший бакалавр 3-91 галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 071 Облік і оподаткування денної форми здобуття освіти / уклад. Леся ЗУБЧИК. – Ковель: ВСП «КПЕФК ЛНТУ», 2025. – 64 с.

Комп'ютерний набір: Леся ЗУБЧИК

Редактор: Леся ЗУБЧИК

Підп. до друку «___» _____ 2025 р .
Формат 60x84/16. Папір офс. Гарнітура Таймс.
Ум. друк. арк. _____.
Обл.-вид. арк.. _____ Зам. _____
Тираж _____ прим.

ВСП «Ковельський промислово-економічний фаховий коледж ЛНТУ»
45000 м. Ковель, вул. Заводська, 23
Друк – ВСП «КПЕФК ЛНТУ»

